



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Společenská odpovědnost firmy

Corporate Social Responsibility

Student: Bc. Andrea Krupová

Vedoucí diplomové práce: Ing. Hana Krymláková, Ph.D.

Ostrava 2010



## **MÍSTOPŘÍSEŽNÉ PROHLÁŠENÍ**

Prohlašuji,

že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a veškerou literaturu a další podkladové materiály, které jsem v práci použila, uvádím v Seznamu použité literatury.

V Ostravě dne 30. dubna 2010

.....  
Bc. Andrea Krupová

Děkuji vedoucí diplomové práce Ing. Haně Krymlákové, Ph.D. za jedinečnou schopnost propojit odbornost s lidským přístupem, za vstřícnost, nesmírnou podporu a především cenné rady při vedení diplomové práce.

Současně děkuji akciové společnosti ArcelorMittal Ostrava, především oddělení specializovanému na firemní odpovědnost, které bylo otevřené v klíčových otázkách důležitých pro realizaci cíle diplomové práce, za což vděčím obzvláště Ing. Lence Antošové, CSR specialiste, jejíž obrovská aktivita a ochota mě přinutila uchopit zodpovědnost ke svěřenému úkolu do vlastních rukou již od počátku zahájení naší spolupráce.

## **OBSAH**

---

<b>1</b>	<b>ÚVOD</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>KONCEPCE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI ORGANIZACÍ</b>	<b>9</b>
<b>2.1</b>	<b>NOVÁ SPOLEČENSKÁ ROLE ORGANIZACÍ A JEDNOTLIVCŮ V SOUČASNOSTI</b>	<b>9</b>
2.1.1	<i>POSUN POHLEDU NA SPOLEČENSKOU ROLI ORGANIZACÍ</i>	9
2.1.2	<i>ODPOVĚDNOST JEDNOTLIVCŮ JAKO SOUČÁST OSOBNÍ KVALITY</i>	11
2.1.3	<i>SYNERGIE – SYNERGETIKA – PODNIKOVÁ KULTURA</i>	12
<b>2.2</b>	<b>CSR – VÝVOJ, VÝZNAM, VÝHODY</b>	<b>14</b>
2.2.1	<i>HISTORICKÝ VÝVOJ CSR</i>	14
2.2.2	<i>ZÁKLADNÍ VÝZNAM A PRINCIPY CSR</i>	16
2.2.3	<i>VÝHODY CSR - PROČ BÝT ODPOVĚDNÝM PODNIKEM</i>	18
<b>2.3</b>	<b>ZÁKLADNÍ STRATEGICKÉ OBLASTI CSR</b>	<b>20</b>
2.3.1	<i>EKONOMICKÝ PILÍŘ</i>	21
2.3.2	<i>SOCIÁLNÍ PILÍŘ</i>	22
2.3.3	<i>ENVIRONMENTÁLNÍ PILÍŘ</i>	26
<b>2.4</b>	<b>INSTITUCE PODPORUJÍCÍ SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ CHOVÁNÍ</b>	<b>28</b>
2.4.1	<i>GLOBÁLNÍ A NADNÁRODNÍ INICIATIVY</i>	28
2.4.2	<i>ČESKÉ INICIATIVY</i>	28
<b>2.5</b>	<b>STANDARDS HODNOCENÍ A MĚŘENÍ</b>	<b>29</b>
<b>2.6</b>	<b>REALIZACE CSR</b>	<b>32</b>
<b>2.7</b>	<b>KOMUNIKACE CSR</b>	<b>33</b>
2.7.1	<i>CSR REPORT</i>	34
2.7.2	<i>POVINNÉ REPORTOVÁNÍ</i>	37
2.7.3	<i>STANDARDS PRO CSR KOMUNIKACI</i>	41
<b>3</b>	<b>ANALÝZA CSR SPOLEČNOSTI ARCELORMITTAL OSTRAVA, A. S.</b>	<b>44</b>
<b>3.1</b>	<b>VÝBĚR SPOLEČNOSTI</b>	<b>44</b>
<b>3.2</b>	<b>PROFIL SPOLEČNOSTI</b>	<b>45</b>
<b>3.3</b>	<b>FIREMNÍ ODPOVĚDNOST</b>	<b>46</b>
<b>3.4</b>	<b>KOMPARACE ZPRÁVY O FIREMNÍ ODPOVĚDNOSTI SPOLEČNOSTI ZA ROK 2008 S REPORTINGOVÝM RÁMCEM GRI</b>	<b>48</b>
3.4.1	<i>1. ČÁST POKYNŮ – ZÁSADY REPORTINGU A POKYNY PRO REPORTING</i>	50
3.4.2	<i>2. ČÁST POKYNŮ – BĚŽNĚ ZVEŘEJŇOVANÉ INFORMACE</i>	51
<b>4</b>	<b>NÁVRHY A DOPORUČENÍ</b>	<b>85</b>
<b>5</b>	<b>ZÁVĚR</b>	<b>89</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b>	<b>91</b>
	<b>SEZNAM ZKRATEK</b>	
	<b>PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE</b>	
	<b>PŘÍLOHY</b>	

# 1 ÚVOD

Společenská odpovědnost firem je stále častěji diskutovaným a přesto však veřejnosti poměrně neznámým tématem, jenž se stal předmětem mé diplomové práce. Téma je rozsáhlé a dá se říci relativně nové, což s sebou nese řadu úskalí, ale i přesto doufám, že se mi podaří tuto skutečnost úspěšně překonat.

Otázka společenské odpovědnosti firem nabývá na aktuálnosti a v současné době se o této problematice hovoří stále častěji v rámci podnikové praxe, ale také v rovině teoretické, téměř na celém světě. Jediným osvědčeným cílem podnikání již není pouhé dosahování zisku, jak bylo dříve zvykem, nýbrž se všeobecně, kromě vyššího podílu na trhu, stále více dostává do popředí dobré jméno a pověst firmy. Na podnik se již nenahlíží jako na neživé stroje či bezduché organismy, ale jako na organizovanou skupinu lidí s určitým společným cílem. Firmy si uvědomují, že zaručenou cestou k úspěchu nejsou pouze peníze, ale také další doprovodné činnosti, jež musí zapojit do svých podnikatelských aktivit a kterými zároveň napomáhají měnit prostředí, ve kterém podnikají. Už v souvislosti s procesem připojování k Evropské unii procházela Česká republika složitými změnami v oblasti ekonomické, strukturální i sociální, jež vyvolávají potřebu zabývat se také morálně etickými souvislostmi tohoto procesu. Odmítání odpovědnosti a nerespektování etických aspektů v ekonomických vztazích během procesu transformace naší ekonomiky vedlo k jisté deziluzi ve společnosti jako důsledku celé řady negativních jevů. Všechny tyto jevy vypovídají o špatném stavu společnosti a etického prostředí, vynucují si naši pozornost a hledání řešení, které povede k obnovení důvěry v ekonomický systém nejen v ČR, ale také v ostatních zemích.

Diplomová práce je rozdělena do 5 kapitol. Odrazovým můstkem celé práce je kapitola teoretická. Jejím předmětem je objasnit problematiku společenské odpovědnosti firem v jejich detailnějších souvislostech na základě vlastních úvah a rovněž za pomoci rozboru a následné syntézy literárních a dalších zdrojů a dat, které jsou pro napsání této kapitoly nezbytně nutné. Troufám si tvrdit, že uvedený úkol patří k neméně složitým, neboť společenská odpovědnost firem je tématem interdisciplinárním a vícerozměrným. Kapitola vysvětluje tento pojem ze strany různých autorů či dokumentů, jenž se dívají na danou skutečnost rozdílnými pohledy a názory, základní myšlenka však zůstává stejná. Obsahem je celá řada skutečností. Těmi klíčovými se zde stávají popisy tří základních oblastí společenské odpovědnosti firem, které jsou základem celého konceptu.

Praktická kapitola je zaměřena na komunikaci v oblasti společenské odpovědnosti firem, jež spočívá v předávání informací firmy o vlastní CSR politice a strategii zainteresovaným stranám. Zásadním komunikačním kanálem pro prezentaci CSR aktivit je zpráva o udržitelném rozvoji (*Sustainability Reporting*), která se stala předmětem analýzy této kapitoly.

Cílem mé práce je komparace Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti ArcelorMittal Ostrava, a. s. za rok 2008 s Reportingovým rámcem GRI (*Global Reporting Initiative*) za použití metodiky pozorování a následného hodnocení sekundárních dat.

Jelikož se koncept společenské odpovědnosti firem zaměřuje zejména na střední a velké firmy, je ArcelorMittal Ostrava, a. s., s níž jsem započala vzájemnou spolupráci, tou nejlepší volbou k realizaci stanoveného cíle. Dokument, jenž budu pro potřeby diplomové práce analyzovat, je prvním vydáním zprávy o udržitelném rozvoji firmy ArcelorMittal Ostrava, a. s., která je hrdá na to, že tak udělala konkrétní krok k tomu, aby prokázala, že je skutečně odpovědným občanem.

Jak jsem již výše zmínila, mnoho autorů se na otázku společenské odpovědnosti firem dívá „jinými očima“ a již v samotné definici panují patrné nejasnosti. Práci na zvolené téma a z ní vycházející navržená doporučení se však budu snažit zpracovat objektivně a nezaujatě a věřím, že informace, jež vyplynou z výsledků mého snažení, budou pro samotnou společnost jen a jen přínosné.



## 2 KONCEPCE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI ORGANIZACÍ

Tato kapitola diplomové práce je zaměřena na teoretická východiska společenské odpovědnosti organizací<sup>1</sup> v otázce pohledu na společenskou roli jednotlivců a organizací – jejich odpovědnosti, na synergii a podnikovou kulturu. Věnuje se také otázce vývoje, v jejímž rámci specifikuje základní principy a podnikové přínosy, a strategickými oblastmi konceptu zaměřenými zejména na firemní filantropii a dobrovolnictví. Snaží se dále objasnit tuto skutečnost z pohledu působení českých a nadnárodních iniciativ, zohlednit standardy hodnocení a měření a ukázat kroky vedoucí k realizaci konceptu. Stěžejním bodem práce, jenž se stal předmětem navazující praktické části, je komunikace v oblasti CSR. Jejímu teoretickému objasnění se věnuji v závěru této kapitoly.

### 2.1 Nová společenská role organizací a jednotlivců v současnosti

#### 2.1.1 Posun pohledu na společenskou roli organizací

Neotřesitelným faktem je, že současný stav životního prostředí u nás, ale i na celém světě v nemalé míře ovlivňuje podnikatelská činnost. V tomto kontextu je bohužel stále častěji zmiňováno všeobecně negativní hledisko spojení podnikatel – životní prostředí, což se stává v současnosti velmi diskutovaným problémem. V rámci zachování přijatelného stavu životního prostředí i přijatelných podnikatelských podmínek, je proto nutné urychleně nalézt a následně realizovat taková řešení, jak uvádí Petříková (2008, str. 8)<sup>2</sup>, která budou

*„kompromisem mezi ekologickými, ekonomickými a sociálními aspekty. A to je přesně ono hledání rovnováhy, které by se mělo pro nejbližší období stát společným cílem všech organizací i jednotlivců.“*

Na druhé straně je nutno přiznat, že konečně začínáme být svědky toho, že se výrazně mění role organizace ve společnosti. Odpovědné podnikání je v různých obměnách pro mnohé organizace samozřejmostí a postupně se stává neoddělitelnou součástí účinného řízení řady těch nejúspěšnějších.

---

<sup>1</sup> Pro tento pojem autoři používají také označení společenská odpovědnost firem, podniků nebo korporací; v době vzniku tohoto názvu uplatňovaly společenskou odpovědnost pouze nadnárodní společnosti, proto „Corporate Social responsibility“, dále jen „CSR“. Dnes se o ni začínají zasazovat i nejmenší podniky.

<sup>2</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

Podnikatelský sektor by měl být již natolik předvídavý, aby zvládl včas a co nejrychleji reagovat na nejrůznější situace, včetně těch nestandardních, a převzetím osobní odpovědnosti za stav životního prostředí společně se všemi stakeholders<sup>3</sup> by měl pak mít možnost postupně docílit rovnováhy mezi ekologickými, sociálními a ekonomickými aspekty a jejich prostřednictvím ovlivnit budoucnost svoji i dalších generací.<sup>4</sup>

Ke skupině „*stakeholders*“ patří všechny osoby, instituce či organizace, které mají vliv na chod podniku a jsou jeho fungováním ovlivněny. V širším kontextu pak zahrnuje rovněž zákazníky, akcionáře, zaměstnance, obchodní partnery, dodavatele, zástupce státní správy a samosprávy, zájmové skupiny, média, odbory a mezinárodní organizace, jak tvrdí Trnková (2004)<sup>5</sup>.

Jak uvádí Krymláková (2009)<sup>6</sup>, dle Blažka, lze z definic stakeholderů různých autorů a institucí vyvodit tři obecné rysy, kdy *stakeholdeři* jsou jednotlivci nebo skupiny, které:

- disponují něčím, čeho se firmě nedostává,
- dávají své vlastnictví jako vklad „do hry“, protože mají zájem, aby jej firma užívala, ale zároveň se tím dostávají do závislosti na činnosti firmy a současně,
- mají na to být hráčem, který bude brán firmou v potaz, jsou tedy pro firmu významní.

Stakeholdeři se liší dle konkrétního prostředí, ve kterém podnik působí, avšak je obecně známé, že neexistuje jednotná identifikace stakeholderů podniku. Stakeholdeři mají různé zájmy a používají rozdílné formy moci k ovlivnění podniku a prosazení vlastních zájmů. Pomocí analýzy stakeholderů se organizace snaží nalézt klíčové stakeholdery, kteří mají největší vliv na jejich prosperitu a očekávání od jejich odpovědného chování, a tím získá představu o dalším postupu vůči jednotlivým zainteresovaným skupinám<sup>7</sup>. Základním nástrojem implementace myšlenky zohledňování zájmů všech definovaných skupin stakeholderů, je koncept Společenské odpovědnosti organizace (CSR)<sup>8</sup>.

---

<sup>3</sup> „*Stake*“ – depozit, vklad, „*holder*“ – držitel, majitel. Termín „*stakeholder*“ v angličtině tradičně označoval dočasnýho držitele peněz či jiného majetku. Pojem se užíval v právu a hazardu.

<sup>4</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

<sup>5</sup> TRNKOVÁ, J. *Společenská odpovědnost firem, kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR* [online]. 1. vyd. Praha: Business Leaders Forum, 2004, s. 7 – 28 [cit. 2009-10-20]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz/publikace.htm](http://www.blf.cz/publikace.htm)>.

<sup>6</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

<sup>7</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Společenská odpovědnost firem: Průvodce nejen pro malé a střední podniky* [online]. 2008, s. 17 [cit. 2009-10-20]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz](http://www.blf.cz)>, vlastní grafická úprava.

<sup>8</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

### 2.1.2 Odpovědnost jednotlivců jako součást osobní kvality

Společenskou odpovědnost firmy reprezentují, ve všeobecném slova smyslu, jednotlivci – vlastníci, manažeři či zaměstnanci.

Společenská odpovědnost firmy je tedy výrazem společenské odpovědnosti jejích vlastníků a majitelů. Nikoliv principem, který by nahrazoval právní podmínky dané státem pro dosahování cílů firmy. Z pohledu státu jde o dobrovolný doplněk veřejně garantovaných a vymahatelných pravidel pro podnikání.<sup>9</sup> „*Nositelem právní odpovědnosti tedy není podnik, ale stát a vytváření podmínek pro společensky odpovědné podniky je úlohou vlády*“<sup>10</sup>.

A na tomto místě je zapotřebí otevřeně přiznat, a jsme toho velmi často svědky, že vlastní odpovědnost, ať jsme v kterékoliv této roli, za předání odpovědnosti někomu jinému, za vlastní myšlenky a činy, za jednání a chování, za kapitál, za prostředky, za důvěru nám svěřenou, za vztahy ke skupině stakeholders, si často nechceme a neumíme přiznat. A právě fenomén osobní odpovědnosti tvoří podstatnou část osobní kvality jednotlivců, která významně přispívá k úrovni podnikové kultury, což se rovněž projevuje na celkové konkurenceschopnosti firmy. Vysoká úroveň osobní kvality a odpovědnosti jednotlivce tak významně přispívá k vysoké úrovni a odpovědnosti týmů; týmy s vysokou úrovní této odpovědnosti zcela logicky produkují výrobky a služby vynikající kvality. Kvalita ve všech těchto oblastech vede ke kultuře kvality, která ovlivňuje kulturu nejen celé firmy, ale potažmo uspokojuje zákazníky jakož i okolí.<sup>11</sup>

Spokojený zákazník pak znamená lepší finanční výsledek, lepší pověst, efektivitu, prosperitu a v neposlední řadě i velmi důležitou konkurenceschopnost organizace.

Mezi některé z prioritních požadavků na tuto osobní kvalitu, potažmo na znalostní vybavenost současných manažerů patří: komplexní podniková integrace, řízení celkového procesu změn, rozhodování na základě fakt, role podnikatelské morálky či etiky, řízení a rozvoj lidských zdrojů a v neposlední řadě cílevědomé zvyšování osobní kvality a výkonnosti. Možno tedy, byť poněkud nadneseně konstatovat, že osobní kvalita je, stejně jako odpovědnost všech zainteresovaných stran, základem všech ostatních kvalit<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Napříč společenskou odpovědností firem*. 1. vyd. Kladno: AISIS, 2005.

<sup>10</sup> ARS. *Globální společenská odpovědnost. CorporAID: Magazín*, 1.vyd., srpen 2008, s. 4.

<sup>11</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

<sup>12</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

### 2.1.3 Synergie – synergetika – podniková kultura

Ty nejlepší organizace ve svém oboru si velmi dobře uvědomují, že k tomu, aby byly úspěšné na světových trzích, musí bravurně zvládat a následně aplikovat mnohem komplexnější schémata řízení, než tomu bylo doposud. Již Deming<sup>13</sup> hovořil o nezbytnosti a vhodnosti takových synergických propojení mezi jednotlivými subsystémy řízení v rámci organizací. To samozřejmě znamená existenci jisté míry synergie dalších úzce souvisejících aspektů a vztahů napříč podnikovým spektrem, ať už se jedná o problematiku manažerského rozhodování, mezilidských vztahů v podnikání, společenské odpovědnosti organizací, trvale udržitelného rozvoje, nových přístupů k motivaci personálu či problematiku korupce a etiky v podnikání. Úspěšné fungování celopodnikového řízení založeného na synergických řešeních svých strategických záměrů předpokládá jejich bezpodmínečné promítnutí do aktivit každého pracovníka. Dalším předpokladem je pak vytvoření systému sdílení znalostí, který zajistí, aby znalosti existující na jednom místě v podniku byly využívány všemi v rámci celé firmy, což samozřejmě úzce souvisí s účinností týmové práce a s úrovní a rozvojem podnikové kultury.<sup>14</sup>

Význam disciplíny dokládá skutečnost, že se synergetika<sup>15</sup> dostává do oficiálních studijních osnov prestižních univerzit na celém světě a není se čemu divit – vždyť přirozeným projevem synergie je sám život.

Podniková kultura je synergickým zobrazením dosažené systémové úrovně kompatibility, flexibility, adaptivity a koexistence podnikové filozofie a strategie, ze které se dá usuzovat na zdraví podniku, jeho stabilitu a funkčnost. Přeneseno do filozofických rovin, pak by podniková kultura měla být rovněž zobrazením tolik v současnosti potřebné sociální odpovědnosti, podnikové etiky a morálky. Podniková kultura ovlivňuje jak chování uvnitř podniku, tak i jeho chování vůči prostředí, ve kterém daný podnik operuje. Na místě je i dnes zásadní tvrzení, že kultura podniku je přímo závislá na úrovni, vyspělosti a spokojenosti managementu a všech ostatních zaměstnanců.<sup>16</sup>

Aby mohla být podniková kultura synergická, musí být splněny určité předpoklady, především by měli lidé táhnout za jeden provaz, a to stejným směrem a ve stejném smyslu.

---

<sup>13</sup> W. Edwards Deming – americký profesor a statistik, po kterém je pojmenována Demingova cena pro kvalitu.

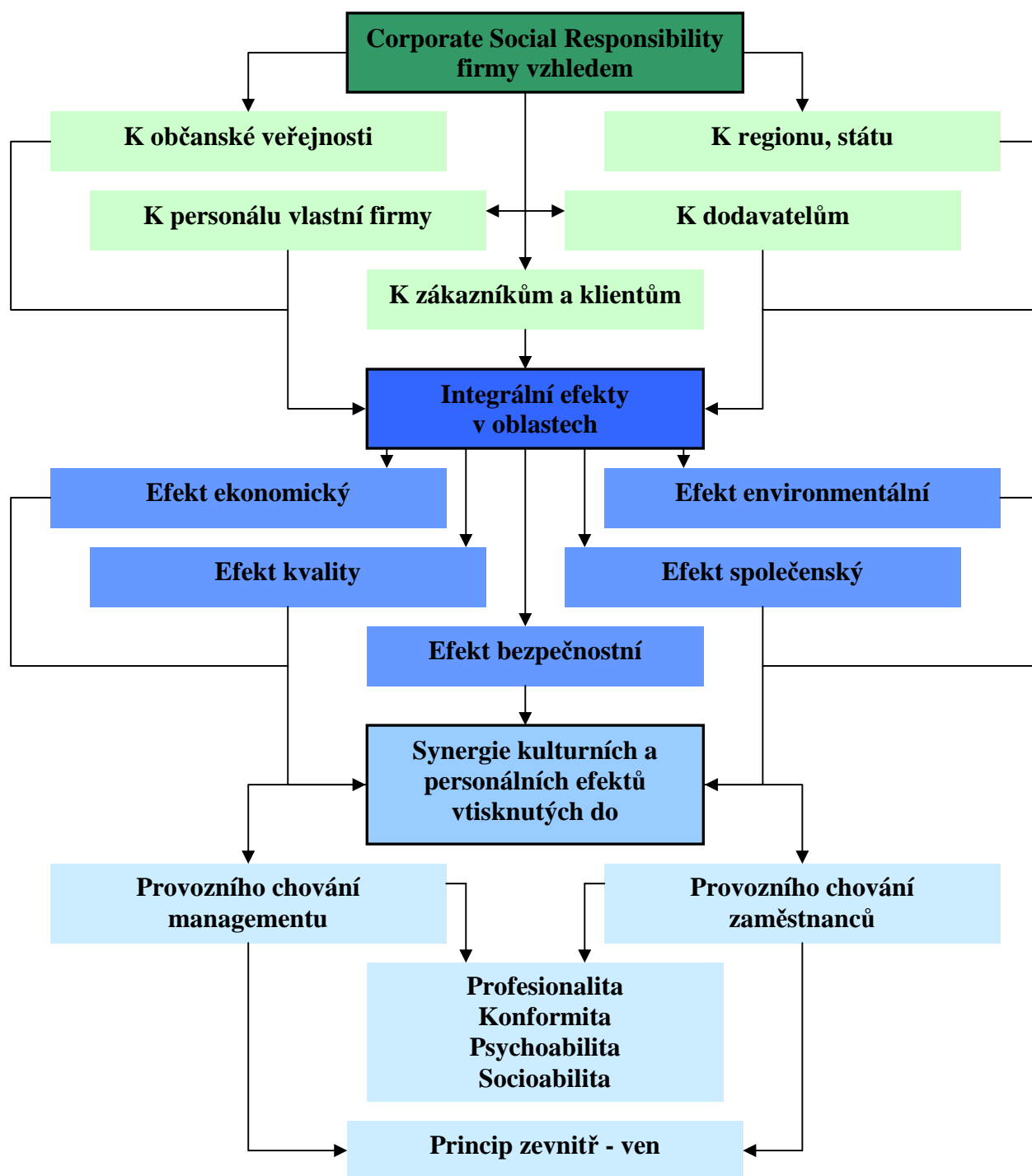
<sup>14</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Jakost a lidský faktor*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2008.

<sup>15</sup> Synergetika je vědní disciplína, zkoumající vznik nové kvality, dané integrací systémů. Je teorií o kooperujícím vývinu podsystémů v rámci složitého systému. Tímto vývinem vznikají nové struktury, které však nejsou jen mechanickým součtem vlastností podsystémů.

<sup>16</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

Integrované řízení firmy je řízení všech procesů s uvážením všech synergických vazeb firmy minimálně v pěti oblastech, jak ukazuje Obr. 2.1.3. Protože procesy řídí a implementují lidé, je a vždy bude člověk dominantním článkem integrace řízení, s cílem dosažení CSR.

Obr. 2.1.3 Synergické vazby firmy<sup>17</sup>



<sup>17</sup> HORÁČEK, V. Kam až dosáhne CSR [online]. [cit. 2009-10-23]. Dostupný z WWW: <<http://www.vlastni.cesta.cz/akademie/socialni-odpovednost/kam-az-dosahne-corporate-social-responsibilitycsr/>>, vlastní grafická úprava.

## 2.2 CSR – vývoj, význam, výhody

### 2.2.1 Historický vývoj CSR

Společenská odpovědnost firem má historické kořeny v 19. století, kdy Andrew Carnige zveřejnil názor, že bohatí lidé mají morální povinnost dělit se s ostatními o svůj majetek<sup>18</sup>.

Koncepcí společenské odpovědnosti podniku se teoretikové managementu začínají metodicky zabývat od poloviny 20. století. Přes první zmínky o několika publikacích vyskytujících se na toto téma ve 30. - 40. letech se za vznik moderní éry a počátek koncepčního přístupu k CSR považují 50. léta minulého století.

Za zlomový rok je pokládán rok 1953, kdy Howard R. Bowen vydává svou knihu *Social Responsibilities of the Businessman*<sup>19</sup>.

Autor v knize uvádí definici společenské odpovědnosti, která vypovídá spíše o odpovědnosti podnikatele než podniku: *“jedná se o závazky podnikatele uskutečňovat takové postupy, přijímat taková rozhodnutí, nebo následovat takový směr jednání, který je žádoucí z hlediska cílů a hodnot naší společnosti.”*<sup>20</sup>

Největší rozkvět vnímání společenské odpovědnosti firem nastal v 60. letech (převážně v USA), kdy začalo být pro zákaznický segment důležité, jaké hodnoty firma vyznává a jak se prezentuje, v této době vznikl moderní koncept společensky odpovědné firmy<sup>21</sup>.

Na základě syntézy jednotlivých poznatků navrhl v roce 1979 Carroll definici CSR, kterou opírá o čtyři základní pilíře, o kterých se však mnozí dlouho domnívali, že se navzájem vylučují. Jednalo se o odpovědnost ekonomickou, legislativní, etickou a dobrovolnou.

---

<sup>18</sup> KUBÁLKOVÁ, P. Sociální nebo marketing? [online]. 30.9.2007. [cit. 2009-11-10]. Dostupný z WWW: <<http://zpravodaj.feminismus.cz/clanek.shtml?x=2043761&als%5Bnm%5D=2044443>>.

<sup>19</sup> PRSKAVCOVÁ, M. Společenská odpovědnost firem: zahraniční zkušenosti. In *Nová teorie ekonomiky a managementu organizací*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2008.

<sup>20</sup> CARROLL, A. B. Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*. 1999, vol. 38, no. 3, p. 268-295, překlad Blažek, Doležalová, Klapalová.

<sup>21</sup> PRSKAVCOVÁ, M.; MARŠÍKOVÁ, K.; ŘEHOŘOVÁ, P.; ZBRÁNKOVÁ, M. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008.

V 80. letech minulého století docházelo k vzájemnému propojení koncepce CSR se skupinou tzv. „stakeholders“. V tomto kontextu znamenala pro rozvoj CSR velký význam Freemanova formulace stakeholderské koncepce v roce 1984, která popsala podnikovou realitu a identifikovala nejdůležitější skupiny, které podnik ovlivňují. Tím do značné míry pomohla manažerům, kteří měli zájem aplikovat CSR v praxi, určit, kam mají zaměřit svou pozornost a upřesnila, vůči komu mají být odpovědní.<sup>22</sup>

Mezníkem ve vývoji se stává rok 1996, jak uvádí Petříková (2008, str. 31)<sup>23</sup>, kdy Jacques Delors inicioval vznik evropské expertní centrály (*CSR Europe*), jejímž cílem byla „pomoc podnikům dosáhnout ziskovosti, dlouhodobě udržitelného růstu a rozvoje lidského kapitálu tím, že zakotví CSR do svých podnikatelských zvyklostí“.

Základním krokem pro prosazování CSR v zemích Evropské unie se stala Lisabonská konference v roce 2000, z níž vzešel závazek podpory CSR ve všech zemích EU<sup>24</sup>.

I když se problematikou CSR zabývá od 90. let 20. století právě samotná Evropská komise, výraznější aktivity můžeme zaznamenat až do roku 2001, kdy vydává tzv. Zelenou knihu, kde lze najít i první evropskou definici CSR.

Je třeba zmínit, že v českých zemích byla již v meziválečném období řada podniků v čele s firmou Baťa, jejichž koncepce rozvoje nebyla založena jen na špičkové produkci, zákazníkovi či postupném rozšiřování trhu, ale rovněž na dlouhodobém rozvoji firmy, zahrnující mimo jiné péči a rozvoj zaměstnanců a jejich rodin. Tyto aktivity přispívaly ke zdravému rozvoji společnosti.<sup>25</sup> Dá se tedy logicky usoudit, že v tomto ohledu Baťa významně předběhl svou dobu.

Rok 2004 byl vyhlášen rokem Společenské odpovědnosti.

V posledních letech pojem CSR v samotném podnikání nabyl na důležitosti, a to do takové míry, až se zdá, že je všudypřítomný<sup>26</sup>.

---

<sup>22</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

<sup>23</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

<sup>24</sup> KUBÁLKOVÁ, P. Sociální nebo marketing? [online]. 30.9.2007. [cit. 2009-11-10]. Dostupný z WWW: <<http://zpravodaj.feminismus.cz/clanek.shtml?x=2043761&als%5Bnm%5D=2044443>>.

<sup>25</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

<sup>26</sup> DEMIRAG, I. *Corporate Social Responsibility, Accountability and Governance: Global Perspectives*. Sheffield: Greenleaf Publishing, 2005, vlastní překlad.

## 2.2.2 Základní význam a principy CSR

Dříve než přistoupím k následujícímu textu, je důležité si přesněji vysvětlit, co vlastně pojem CSR znamená a obsahuje. Již zmiňovaná Zelená kniha Evropské unie definuje CSR „jako dobrovolnou integraci sociálních a ekologických hledisek do každodenních operací firem a interakcí s okolím<sup>27</sup>.“

Je také mnoho dalších definic vedle té, kterou ilustruje Zelená kniha a autorů jako výše zmiňovaný H. R. Bowen, kteří se otázkou společenské odpovědnosti firem zabývají a tento pojem blíže vysvětlují, a proto zde představím názory některých z nich. Tyto názory jsou různé, avšak základní myšlenka je u všech stejná a to přesto, jak tvrdí Trnková (2004, str. 7)<sup>28</sup>, „že pro koncept CSR neexistuje žádná jednotná definice“.

„Společenskou odpovědnost firem můžeme definovat jako dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají<sup>29</sup>.“

„Firma, která implementuje principy CSR, se stává zodpovědným partnerem v oblasti udržitelného rozvoje pro všechny klíčové zájmové skupiny podnikatelského okolí a je schopna tuto odpovědnost deklarovat prostřednictvím každoročního standardizovaného reportingu<sup>30</sup>.“

Jak uvádí Krymláková (2009, str. 78)<sup>31</sup>, „Evropská unie považuje společenskou odpovědnost firem za základní předpoklad tržního vývoje a inovace, který kombinuje sociální, ekonomickou a environmentální dimenzi podnikání v integrovaném přístupu, založeném na dialogu mezi klíčovými stakeholdery“.

Názorů existuje v současné době celá řada, a přestože se liší, lze z nich abstrahovat **společné předpoklady, z nichž vychází úspěšný koncept CSR**, a to etické a odpovědné jednání podniků nad rámec zákonných norem, soulad se stěžejní činností podnikání a holistická aplikace konceptu ve všech firemních aktivitách, soulad s firemní kulturou.

---

<sup>27</sup> TRNKOVA, J. *Rovné příležitosti jako součást společenské odpovědnosti firem* [online]. 2006, s. 4 [cit. 2009-11-15]. Dostupný z WWW: < <http://www.blf.cz/publikace.htm> >.

<sup>28</sup> TRNKOVA, J. *Společenská odpovědnost firem, kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR* [online]. 1. vyd. Praha: Business Leaders Forum, 2004, s. 7 – 28 [cit. 2009-10-20]. Dostupný z WWW: < [www.blf.cz/publikace.htm](http://www.blf.cz/publikace.htm) >.

<sup>29</sup> STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi: Průvodce odpovědným podnikáním* [online]. Praha: ASPRA, a. s. a 94 minutes, s. r. o., 2008, s. 4 [cit. 2009-11-23]. Dostupný z WWW: < [www.blf.cz/doc/brozura\\_CSR\\_web\\_CZ](http://www.blf.cz/doc/brozura_CSR_web_CZ.pdf) .pdf >.

<sup>30</sup> KPMG. Lidé a kapitál, bezpečnost dat. *Horizonty: Čtvrtletník pro top management*, březen 2009, s. 41.

<sup>31</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.



Navíc, pro pochopení, definice CSR Světové obchodní rady pro udržitelný rozvoj, jak tvrdí Krymláková (2009)<sup>32</sup>, zahrnuje tři různé možnosti výkladu prostředního písmene S ve zkratce CSR a těmi jsou závazek podnikání přispívat

- k trvale udržitelnému rozvoji (*sustainability*),
- k práci se zaměstnanci, jejich rodinami, místní komunitou (*stakeholders*),
- společnosti obecně (*social*), za účelem zlepšení kvality života.

Výklad pojmu společenské odpovědnosti firem všeobecně trpí dvěma nedostatky, které mu výrazně ztěžují cestu k převedení do praxe, a sice malou konkrétností a záměnou s jinými pojmy. Pojem společenská odpovědnost firem (*Corporate Social Responsibility*) je volně zaměnitelný s pojmem firemní občanství (*Corporate Citizenship*), přičemž pojem firemní občanství je oblíbený zejména v anglosaských zemích (USA, Velká Británie)<sup>33</sup>.

Někdy je CSR mylně zaměňováno za filantropii či za prosté chování v souladu se zákony. Filantropie je jednou z integrálních součástí CSR, není však CSR jako takovým.

Ještě obtížnější je odlišení CSR od „*Public Relations*“<sup>34</sup> a marketingu. Z výzkumů provedených v západní Evropě je zřejmé, že stále velké množství firem vidí CSR jako něco čím je možno se "blýsknout". Nebezpečí, že celá aktivita sklouzne do stavu, kdy je více peněz vydáváno za lesklé publikace než za věc samotnou, reálně existuje. **Důkazem** je například zpráva odvysílaná v prosinci roku 2009 Českou televizí, která podává informace o tom, že Lesy ČR podezřele dotovaly z nadační služby Lesů ČR statisícovými částkami slavnostní koncert pro uzavřenou společnost v Rudolfinu a muzeum Hostín, které je přitom podle místních pro veřejnost uzavřené, nemá webové stránky ani dohledatelné telefonické kontakty<sup>35</sup>. Jisté překrývání PR aktivit se CSR je přirozené. Opět je však nutné připomenout, že CSR je součástí firemní strategie definované nejvyšším vedením firmy, její implementace jde od shora dolů a prolíná celou firmou<sup>36</sup>. Nejde tedy o akce s co největší mediální přitažlivostí, ale o způsob řízení firmy a podnikání obecně.

---

<sup>32</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

<sup>33</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Napříč společenskou odpovědností firem*. 1. vyd. Kladno: AISIS, 2005.

<sup>34</sup> Styk/vztah s veřejností – činnost zaměřená na vytváření a udržování dobré pověsti v očích veřejnosti.

<sup>35</sup> ČT24. Lesy ČR dotovaly koncert pro smetanku nebo vycpaného kozorožce [online]. 20.12.2009 [cit. 2009-12-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.ct24.cz/domaci/75919-lesy-cr-dotovaly-koncert-pro-smetanku-nebo-vycpaneho-kozorozce/>>.

<sup>36</sup> TRNKOVÁ, J. *Společenská odpovědnost firem, kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR* [online]. 1. vyd. Praha: Business Leaders Forum, 2004, s. 7 – 28 [cit. 2009-10-20]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz/publikace.htm](http://www.blf.cz/publikace.htm)>.

Objevovaly se také názory, že jedinou odpovědností podniků je maximalizace zisku. Významným představitelem této myšlenky byl kupříkladu ekonom Milton Friedman. Jeho teorie maximalizace zisku, posuzována z hlediska odpovědnosti, představuje užší pojetí společenské odpovědnosti podniku. V tomto pojetí jsou upřednostňovány zájmy vlastníků, akcionářů či investorů tzv. „Shareholders“<sup>37</sup> a přehlíženy zájmy jiných skupin<sup>38</sup>.

### 2.2.3 Výhody CSR - proč být odpovědným podnikem

Chování v souladu s principy CSR přináší firmě mnohé výhody, a to ve formě zvýšení obrátu a dále zejména v podobě navýšení hodnoty nehmotných aktiv, jako je firemní reputace a z ní vyplývající silná pozice na trhu, konkurenční výhoda, hodnota značky, vyšší přitažlivost pro investory, zvýšení produktivity práce a loajality zaměstnanců či vztahy důvěry a partnerství. CSR však může vést i k úsporám nákladů, např. v souvislosti s nízkou fluktuací zaměstnanců, v důsledku ekologických opatření (úspora energie, opětovné využití odpadového materiálu ve výrobě) či snížení nákladů na risk-management. Přehled nejaktivnějších světových regionů v oblasti CSR uvádí následující Obr. 2.2.3.

Obr. 2.2.3 Nejaktivnější světové regiony v oblasti CSR<sup>39</sup>



<sup>37</sup> „Share“ – podíl, akcie; „holder“ – držitel, majitel

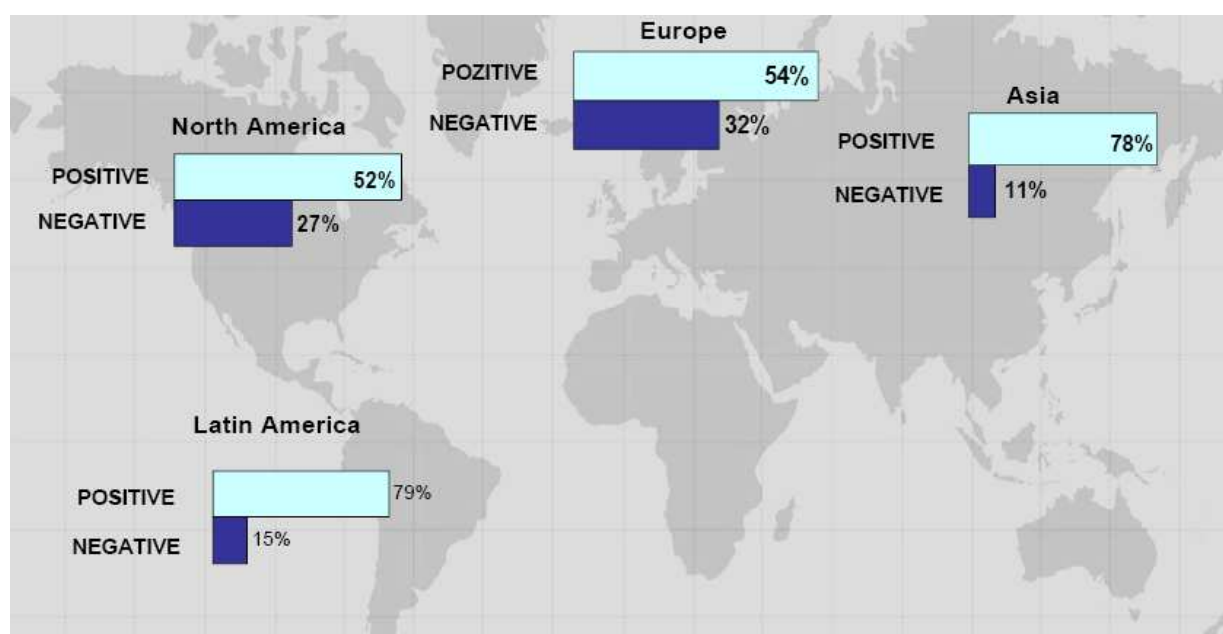
<sup>38</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

<sup>39</sup> KPMG. *International Survey of Corporate Responsibility Reporting* [online]. 2005 [cit. 2009-11-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.kpmg.cz>>.

V současné době roste počet lidí, pro které je chování a reputace firmy stále důležitější<sup>40</sup>. To ovlivní jejich rozhodnutí při nákupu zboží i při volbě zaměstnání<sup>41</sup>. V současném tržním a vysoce konkurenčním prostředí existuje celá řada podniků, které nabízejí téměř shodné produkty či inzerující velmi podobné volné pracovní pozice. Právě CSR umožňuje podniku odlišit se od ostatních v tomto vysoce konkurenčním prostředí.

To, jaký mají neaktivnější světové regiony v oblasti CSR vliv na veřejnost, ukazuje Graf 2.2.3.

Graf 2.2.3 Pozitivní nebo negativní vliv globálních společností na veřejnost<sup>42</sup>



Všechny *výhody ve formě zvýšení obrátu, hodnot nehmotných aktiv či úspor nákladů je možno podložit výsledky výzkumů*, které uvádí Krymláková (2008)<sup>43</sup>. Tyto byly provedeny v letech 2002 – 2006 a poskytly názory českých i zahraničních manažerů a spotřebitelů, týkající se otázek společenské odpovědnosti firem.

<sup>40</sup> PUTNOVÁ, A. *Etika podnikání ve společnosti 2009* [online]. 12.11.2009 [cit. 2009-12-15]. Dostupný z WWW: <[http://www.rotary.cz/blob.php/11+Etika+a+spole%C4%8Densk%C3%A1+odpov%C4%9Bdnost+firem\\_Doc\\_+Putnov%C3%A1.pdf?story\\_soubory=209](http://www.rotary.cz/blob.php/11+Etika+a+spole%C4%8Densk%C3%A1+odpov%C4%9Bdnost+firem_Doc_+Putnov%C3%A1.pdf?story_soubory=209)>.

<sup>41</sup> Podle průzkumu KPMG International z roku 2005 v západní Evropě až 70 % spotřebitelů vybírá zboží podle reputace firmy a 44 % zákazníků je ochotno více zaplatit za výrobek, který je ekologicky šetrný.

<sup>42</sup> KPMG. *Společenská odpovědnost: Klíč k podnikatelskému úspěchu* [online]. 19.11. 2008 [cit. 2009-11-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.kpmg.cz>>. Průzkum 3100 respondentů v 18 zemích světa v roce 2006

<sup>43</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

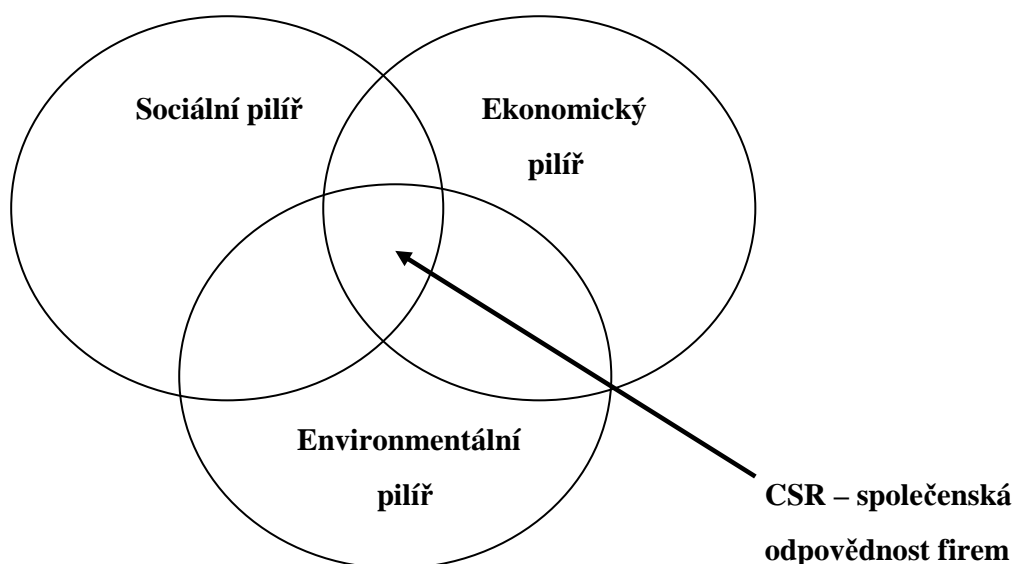
## 2.3 Základní strategické oblasti CSR

Společenská odpovědnost firem vyžaduje posun pohledu na vlastní společenskou roli z úrovně „*profit only*“ k širšímu pohledu v aktuálním kontextu často zmiňovaných 3 „P“:

- **people – lidé/ sociální oblast,**
- **planet – planeta/environmentální oblast,**
- **profit – zisk/ekonomická oblast.**

Jedná se o strategii, která představuje fungování s ohledem na tzv. „*triple-bottom-line business*“ – trojitou základnu podnikání<sup>44</sup>. Následující Obr. 2.3 vyjadřuje vztah těchto tří „P“.

Obr. 2.3 3 Koncepce 3P<sup>45</sup>



Z tohoto obrázku je zřejmé, že oblast CSR se zaměřuje především na tři základní oblasti, v literatuře je často pojem oblast nahrazen pojmem pilíř. Aktivitty firem v těchto třech oblastech CSR se u jednotlivých firem liší. Celková politika a její jednotlivé činnosti se odvíjí od toho, do jakého průmyslového odvětví spadá stěžejní podnikatelská činnost firmy<sup>46</sup> (zejména zda se jedná o podnik výrobní či služeb).

<sup>44</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

<sup>45</sup> PRSKAVCOVÁ, M.; MARŠÍKOVÁ, K.; ŘEHOŘOVÁ, P.; ZBRÁNKOVÁ, M. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008.

<sup>46</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

### 2.3.1 Ekonomický pilíř

Ekonomický pilíř CSR se věnuje především transparentnosti firmy a vytváření dobrých vztahů se stakeholdery, kteří mají vliv na ekonomickou činnost firmy. Přehled možných aktivit ekonomického pilíře CSR uvádí Tab. 2.3.1.

Tab. 2.3.1 Ekonomický pilíř CSR<sup>47</sup>

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
<b>Správa a řízení firmy</b>	Transparentnost	Uveřejňování finančních i nefinančních informací
	Pravidla chování	Etický kodex a jeho praktické využití
	Firemní image	Monitorování a měření firemního image
<b>Odpovědný přístup k zákazníkům</b>	Zajišťování zpětné vazby	Průzkum spokojenosti
		Evidence a řešení stížností
	Zapojení do rozhodování	Sběr návrhů na zlepšení produktů a služeb
		Vliv zákazníků na zaměření CSR aktivit firmy
	Zákaznický servis	Věrnostní program <sup>48</sup>
		Poprodejní servis
		Bezbariérový přístup do prodejen
		Přístupnost webových stránek
	Kvalita produktů a služeb	Používání norem kvality (např. ISO 9001)
	Vzdělávání zákazníků	Školení preventivní servisní činnosti
		Školení bezpečnosti práce
<b>Vztahy s dodavateli a dalšími obchodními partnery</b>	Výběr dodavatelů	Zahrnutí CSR hlediska do výběru dodavatelů
	Zjišťování zpětné vazby	Průzkum spokojenosti
		Evidence a řešení stížností
	Obchodní vztahy	Včasné placení faktur
	Šíření CSR	Monitoring CSR praktik v dodavatelsko-odběratelském řetězci
		Zapojování dodavatelů do CSR aktivit firmy
<b>Marketing a reklama</b>	Informace o produktech	Poskytování jasných a přesných informací o výrobcích a službách
	Sdílený marketing <sup>49</sup>	Použití marketingových aktivit k společné propagaci firmy a dobročinné události
	Reklamní etika	Dodržování etického kodexu reklamy, např. vydaného Radou pro reklamu

<sup>47</sup> Ekonomický pilíř CSR [online]. 2008 [cit. 2009-11-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=522>>.

<sup>48</sup> Věrnostní program je na hranici CSR a marketingových aktivit, přesto však přispívá ke spokojenosti zákazníka a poskytuje mu určitou přidanou hodnotu k jeho nákupu (slevy, dárky, ohodnocení zákaznickovy loajality apod.).

<sup>49</sup> Tzv. „Cause Related marketing“ řadíme k aktivitám zahrnujících péči o stakeholdery, kdy firma vydaje určené na reklamu bude investovat do nějakého lokálně či sociálně prospěšného projektu na bázi „win-win“, tzn. že obě strany budou mít z takového partnerství jasnou výhodu, jak uvádí Petříková (2008). Firma např. věnuje určitou částku v rámci sponzoringu místnímu fotbalovému klubu a ten na oplátku vyvěsí logo sponzora na hřišti.

### 2.3.2 Sociální pilíř

Sociální pilíř dělíme na dvě oblasti<sup>50</sup>, a to pracovní prostředí nebo-li sociální politiku podniku (interní) a místní komunitu či místní zájmové skupiny (externí).

**Interní sociální pilíř** směřuje k dosažení situace, kdy je vzájemné ovlivňování (práce ovlivňuje kvalitu soukromého i rodinného života zaměstnanců) a soužití pro firmu i zaměstnance maximálně výhodné, neboť dlouhodobý úspěch firmy závisí na kvalitě zaměstnanců. Sociální politika vyžaduje strategickou provázanost s ostatními aktivitami firmy a musí směřovat k vytvoření partnerství se zaměstnancem, o kterém uvažujeme jako o spolupodnikateli, nabízíme mu možnosti k využití jeho aktivních schopností, rozšiřujeme jeho schopnosti a dovednosti a přes dosažení jeho uspokojení dosahujeme svých podnikových cílů.

**Externí sociální pilíř** je zaměřen především na oblast filantropie<sup>51</sup> a spolupráce s místní komunitou. Společensky odpovědná firma vyvíjí snahu o navázání dobrých sousedských vztahů – zmírňuje své negativní dopady a podílí se na řešení místních problémů. To vše se jí vrátí v podobě pozitivního přijetí místní komunitou, ze které se rekrutují potenciální zákazníci i zaměstnanci.<sup>52</sup>

Mezi interní a externí sociální politikou nestojí bariéra, v praxi dochází často k velice zajímavému propojení těchto částí sociálního pilíře, a to např. zapojením zaměstnanců do strategie filantropie, která je ve firmě realizována jako proaktivní<sup>53</sup>. Toto propojení lze například prostřednictvím tzv. *matchingového fondu*. Tento fond pracuje na principu spolupráce zaměstnavatele a zaměstnance v oblasti filantropie firmy. Zaměstnanci prostřednictvím tohoto fondu mohou věnovat určitou částku na dobročinné účely.<sup>54</sup> Firma poté navýší prostředky získané zaměstnanci, např. je zdvojnásobí.

Přehled aktivit interní a externí sociální politiky CSR uvádí Tab. 2.3.2 I a II.

<sup>50</sup> Pracovní prostředí a místní komunita spadá pod jeden pilíř CSR. Vedle toho Publikace organizace Business Leaders Forum (Koncept CSR v praxi: průvodce odpovědným podnikáním, 2008) uvádí, že společensky odpovědná firma je aktivní ve 4 oblastech zvláště: trh, pracovní prostředí, životní prostředí, místní komunita.

<sup>51</sup> Termín filantrop pochází etymologicky z řeckého *filanthropos*, což je složenina dvou slov: *fil(os)* (milující) a *anthropos* (člověk). Termín filantrop je do češtiny běžně překládán jako lidumil. Filantropie je chápána jako souhrn činností a chování, které vedou k vědomé podpoře druhých osob.

<sup>52</sup> PRSKAVCOVÁ, M.; MARŠÍKOVÁ, K.; ŘEHOŘOVÁ, P.; ZBRÁNKOVÁ, M. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008.

<sup>53</sup> Proaktivní přístup předpokládá skutečnost, že má firma vypracovanou strategii pro oblast filantropie, v jejímž rámci dobročinné aktivity podporuje skrze vlastní nadaci. Opakem je reaktivní přístup, kdy je firma v pasivní úloze a v podstatě pouze čeká na příchozí žádosti a dotazy neziskových organizací či jednotlivců.

<sup>54</sup> PRSKAVCOVÁ, M.; MARŠÍKOVÁ, K.; ŘEHOŘOVÁ, P.; ZBRÁNKOVÁ, M. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008.

Tab. 2.3.2 I. Interní sociální politika podniku – sociální pilíř CSR<sup>55</sup>

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
Zapojení zaměstnanců a komunikace	Zjišťování zpětné vazby	Průzkum spokojenosti Evidence a řešení stížností
	Zapojení do rozhodování	Sběr návrhů na zlepšení výkonnosti firmy Vliv zaměstnanců na zaměření CSR aktivit
	Interní komunikace	Využití prostředků interní komunikace Informování uchazečů o práci, o CSR
	Ohodnocení za práci	Finanční ohodnocení
Nefinanční benefity <sup>56</sup>		Sportovní a relaxační vyžití
		Kulturní vyžití
		Společenské akce pro zaměstnance
		Navýšení dovolené a volna
		Osobní komfort (notebook, auto, mobil)
		Příspěvek na dojíždění do práce
Vzdělávání a rozvoj	Vzdělávání zaměstnanců	Zaměstnanecké akcie
	Profesionální rozvoj	Školení, kurzy, mentoring
	Zdraví a bezpečnost	Firemní politika
Zdravotní služby		Pravidla, opatření, školení
		Příspěvek na nadstandardní zdravotní péči
Vyváženost pracovního a osobního života <sup>57</sup>	Flexibilní formy práce	Očkování
		Pružná pracovní doba
		Práce z domova
		Zkrácená pracovní doba
		Práce na směny
	Péče o děti, seniory či nemocné osoby	Sdílení pracovního místa
		Příspěvek na hlídání
		Psychologická poradna
		Zaměstnanci na rodičovské dovolené
Podpora při návratu do zaměstnání		
Outplacement	Podpora propouštěných zaměstnanců	Finanční forma podpory
		Pomoc při hledání práce
		Rekvalifikace a školení
Rovné příležitosti	Opatření proti diskriminaci	Bránění diskriminaci na pracovišti i při nábore nových zaměstnanců
	Rozmanitost na pracovišti	Podpora rozmanitosti na pracovišti (ženy, etnické minority, starší atd.) – Diversity Management

<sup>55</sup> Sociální pilíř CSR [online]. 2008 [cit. 2009-11-28]. Dostupný z WWW: <<http://csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=613>>.

<sup>56</sup> Mezi nejčastěji poskytované zaměstnanecké výhody patří poskytnutí přenosného PC (až 98 % společností, které jej poskytují), služební mobil (93 %), podpora podnikání (93 %), poskytování služebního automobilu (92 %), přístup k internetu ze svého PC (89 %), příspěvky na jazykové kurzy (88 %) a mezi další patří např. firemní platební karty, občerstvení na pracovišti, zaparkování soukromého automobilu u společnosti apod.

<sup>57</sup> Tzv. „*Work-Life Balance*“, kdy v rámci podpory rodinného života lze poskytovat příspěvek na hlídání dětí, budování firemních školek, jeslí, dětských koutků či center, zavedení post firemního psychologa apod.

Tab. 2.3.2 II. Externí sociální politika podniku – sociální pilíř CSR<sup>58</sup>

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
<b>Podpora komunity</b>	Firemní dárcovství <sup>59</sup>	Finanční či materiální podpora, poskytnutí služeb se slevou či zdarma, zapůjčení firemních prostor
	Firemní dobrovolnictví <sup>60</sup>	Zaměstnanci vykonávají dobrovolnou práci v pracovní době (manuální práci či předávání odborných znalostí)
	Firemní investice do místní komunity	Dlouhodobé strategické zapojení do místní komunity či partnerství s neziskovými organizacemi
	Komerční aktivity v místní komunitě	Sdílený marketing Sponzoring
	Vlastní firemní projekty	Vlastní veřejně prospěšné projekty
	Fair Trade <sup>61</sup> , ethnocatering	Využití Fair Trade produktů a ethnocateringu na firemních akcích, rautech a snídaních
<b>Spolupráce se školami</b>	Spolupráce se studenty	Studentské stáže, praxe či exkurze
		Konzultace diplomových prací
		Podpora studentských aktivit
	Podpora výuky	Zapůjčení či darování techniky Účast na výuce
<b>Zapojení stakeholders</b>	Zapojení zaměstnanců	Firemní dobrovolnictví
		Matchingový fond
		Benefiční akce s účastí zaměstnanců
	Zapojení zákazníků	Zapojení zákazníků do CSR aktivit firmy
	Zapojení obchodních partnerů	Zapojení obchodní partnerů do CSR aktivit

<sup>58</sup> Sociální pilíř CSR [online]. 2008 [cit. 2009-11-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=522>>.

<sup>59</sup> Do oblasti firemní filantropie můžeme zařadit celou řadu aktivit v podobě programů podpory zdravého životního stylu; prevence rakoviny; výstavby popř. rekonstrukce sociálních ústavů; programů pro děti z dětských domovů; programů zapojení bezdomovců do běžného života, pomoc při hledání práce, nabídka pracovních míst; rozvoj nových podnikatelských aktivit; spolupráce se středními a vysokými školami ve formě stáží studentů, exkurzí, shadowingu (tzn. přímé sledování práce manažera), konzultací při zpracování závěrečných prací studentů; sponzoring kulturních a sportovních akcí; podpora kulturních institucí a sportovních klubů a další.

<sup>60</sup> Může se jednat zejména o manuální práce jako úklid obecních prostor, rekonstrukce objektů, pomoc při odstraňování následků přírodních katastrof, vedení dětských a sportovních kroužků apod. nebo může jít o poskytování odborných znalostí jako právní porady, správa PC sítí, vzdělávání občanů apod. V mnoha firmách hlásících se k CSR jsou stanovena pravidla poskytování volna pro dobrovolnou práci, např. jednou za rok jeden den je celofiremně vyhlášen jako „dobrovolnický“ jak tvrdí Petříková (2008).

<sup>61</sup> „Fair Trade“ nebo-li reálná cenová politika (česky Spravedlivý obchod) je způsob obchodu s drobnými pěstiteli z rozvojových zemí. Podporuje férovější přístup k mezinárodnímu obchodu a klade důraz na jeho sociální a ekologické rozměry. V současné době je do něj zapojeno téměř 1,5 milionů zemědělců. Cílem je dát šanci lidem z rozvojových zemí vymanit se z bludného kruhu bída a žít důstojný život. Viz Petříková (2008).



V rámci veřejně prospěšných aktivit jsou velice často do projektů zapojováni zaměstnanci také v podobě „volunteeringu“, kdy se zaměstnanci dobrovolně zapojují do CSR aktivit a projektů svého zaměstnavatele (zaměstnanci např. dobrovolně sázejí stromky) či tzv. „payroll giving“ (dárceství strháváním ze mzdy), které spočívá v tom, že firma podporuje dárceství zaměstnanců tím, že jim administruje pravidelné strhávání darů z jejich příjmů ve prospěch vybrané neziskové organizace. Tento způsob dárceství je důležitý z pohledu interní komunikace, neboť umožňuje firmě aktivně zapojit zaměstnance do dárcovských aktivit.<sup>62</sup> Do oblasti firemní filantropie patří také vlastní firemní nadace či nadační fond.

I když ve většině oblastí hospodářství se kvůli krizi šetří, oblast filantropie, jak se zdá, zdaleka nemá hluboko do kapsy, čehož důkazem je Tab. 2.3.2 III. Zatímco v roce 2007 daly firmy na dobročinné účely celkem 750 milionů, loni to bylo o padesát milionů více. Ku příkladu nejvíce peněz na veřejně prospěšné účely věnovala v roce 2008 skupina ČEZ. Stala se tak vítězem jedné z kategorií soutěže **TOP Firemní Filantrop 2008**, jejíž výsledky byly vyhlášeny v říjnu roku 2009. TOP Filantrop je jediná soutěž v Česku, která se věnuje firemním veřejně prospěšným aktivitám. Druhé místo získala společnost OKD, třetí byla Česká spořitelna. V přehledu nejštedřejších dárců v kategorii poměru darů k ekonomickým výsledkům firem zvítězila poradenská společnost KPMG. Šestý ročník žebříčku firemních dárců připravilo Fórum dárců.

Tab. 2.3.2 III. Největší firemní dárci<sup>63</sup>

zaokrouhleno		
Název firmy	Kategorie za nejvíce poskytnutých prostředků	
TOP FIREMNÍ FILANTROP 2008	POŘADÍ	ABSOLUTNÍ OBJEM DARU V MIL. KČ
Skupina ČEZ	1	261
OKD, a. s.	2	79
Česká spořitelna, a. s.	3	50
Komerční banka, a. s.	4	42
Johnson&Johnson, s. r. o.	5	39

<sup>62</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

<sup>63</sup> ČT24. Výkvet české filantropie [online]. 11.11.2009 [cit. 2009-12-04]. Dostupný z WWW: <[http://www.ct24.cz/gallerywindow.php?at\\_id=72206&mm\\_id=122945](http://www.ct24.cz/gallerywindow.php?at_id=72206&mm_id=122945)>.

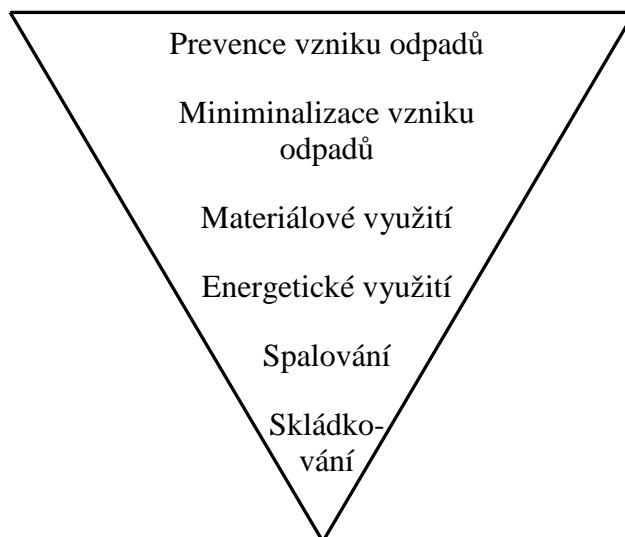
### 2.3.3 Environmentální pilíř

*„Nedědíme Zemi po našich předcích, nýbrž si ji vypůjčujeme od našich dětí.“*

Antoine de Saint-Exupéry

V environmentálním (ekologickém) pilíři se firmy zaměřují především na snížení negativního dopadu své činnosti na životní prostředí<sup>64</sup>. Nezbytnou součástí každého subjektu se stává dodržování principů **trvale udržitelného rozvoje**, který lze znázornit Obr. 2.3.3. Se zvýšeným zájmem po různých produktech narůstá množství vznikajících odpadů, a to jak při jejich výrobě, tak i při jejich spotřebě. Výroba některých produktů spotřebovává neobnovitelné zdroje prvotních surovin. Jejich těžba má dopad na životní prostředí a někdy i na zdraví člověka. Z tohoto důvodu jsou ve strategických dokumentech odpadového hospodářství Evropské unie, ale i České republiky stanoveny základní cíle udržitelného rozvoje. Nejznámější definice cílů trvale udržitelného rozvoje, jak uvádí Prskavcová; Maršíková; Řehořová; Zbránková (2008, str. 18)<sup>65</sup>, pochází přímo z WCED: „*Trvale udržitelný rozvoj je takovým rozvojem, který naplňuje potřeby přítomných generací, aniž by ohrozil schopnost naplňovat je i generacím budoucím.*“

Obr. 2.3.3 Udržitelný rozvoj<sup>66</sup>



<sup>64</sup> V podnikové praxi se tento ekologický přístup zavádí prostřednictvím certifikovaného systému na ochranu životního prostředí EMS a standardů ISO 9001 a ISO 14001.

<sup>65</sup> PRSKAVCOVÁ, M.; MARŠÍKOVÁ, K.; ŘEHOŘOVÁ, P.; ZBRÁNKOVÁ, M. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008.

<sup>66</sup> Odpad a třídění odpadů [online]. 14.7.2009 [cit. 2009-12-06]. Dostupný z WWW:<<http://www.sumavanet.cz/mukt/fr.asp?tab=mukt&id=3535&burl=>>, vlastní grafická úprava.

Přehled možných aktivit environmentálního pilíře znázorňuje Tab. 2.3.3.

Tab. 2.3.3 Environmentální pilíř<sup>67</sup>

CSR TÉMATA	CSR AKTIVITY	PŘÍKLADY
<b>Environmentální politika</b>	Řízení	Environmentální strategie
		Využití norem (ISO 14001, EMAS)
		Environmentální audit
	Dodavatelský řetězec	Environmentální kritéria výběru dodavatelů
	Zapojení stakeholders	Spolupráce na environmentálních aktivitách
		Návrhy na zlepšení environmentálních praktik
	Komunikace	Environmentální školení
<b>Energie a voda</b>	Změny klimatu	Informace o environmentální politice firmy
	Úspora energie	Opatření pro snižování uhlíkové stopy
		Opatření a zařízení na úsporu energie (důkladná izolace, energeticky úsporné technologie, regulace topení)
		Využití energie slunečního záření, biomasy
		Opatření a zařízení na úsporu vody
<b>Odpad a recyklace</b>	Úspora vody	Využití užitkové vody ve výrobním procesu, k zalévání zeleně či na toaletách
	Užitková voda	Třídění a recyklace papíru, plastů, tonerů, cartridge a dalších materiálů
	Třídění a recyklace	
	Minimalizace odpadu	
<b>Doprava</b>	Přesun zaměstnanců	Tisk z obou stran papíru
		Vratné barely na pitnou vodu
		Optimalizace výrobního procesu
<b>Produkty a balení</b>	Přesun zaměstnanců	Podpora ekologicky šetrné cesty do/z práce
	Přeprava zboží	Omezování služebních cest (videokonference)
	Ekologické výrobky	Optimalizace logistiky
	Obalové materiály	Výrobky či služby s ekoznačkou
<b>Nakupování</b>	Ekologicky šetrný nákup	Minimalizace obalových materiálů
		Ekologicky šetrné obalové materiály
	Místní dodavatelé	Recyklovaný papír, ekologické čisticí prostředky, energeticky nenáročné produkty
		Nákup od místních dodavatelů

Ekologický přístup může pro firmu znamenat určitou konkurenční výhodu, dále úsporu nákladů spojených s šetrným hospodařením a redukcí využívání energetických zdrojů. Minimalizace odpadů a jejich recyklace často vede k zefektivnění provozu a snížení nákladů spojených s výrobou.

<sup>67</sup> Environmentální pilíř CSR [online]. 2008 [cit. 2009-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=531>>.

## 2.4 Instituce podporující společensky odpovědné chování

### 2.4.1 Globální a nadnárodní iniciativy

Mezinárodní organizace a iniciativy se snaží pozitivně ovlivnit celosvětový trh a globální společnost. Tyto instituce podporují prosazování podnikatelské etiky a odpovědnost podnikání v ekonomické, sociální a environmentální oblasti a propagují etičnost podnikání jako nástroj trvale udržitelného rozvoje. Mezi další tyto světové organizace patří: Mezinárodní instituce **CSR Europe<sup>68</sup>**, **OSN**, **World Bank**, **World Business Council on Sustainable Development**, **EU**, **International Labour Organization**, **Copenhagen Centre<sup>69</sup>** a mezinárodní neziskové organizace **International Business Leaders Forum**, **Business in the Community**, **AccountAbility – Institute of Social and Ethical Accountability**, **SustainAbility**, **European Business Ethics Network**, **Global Reporting Initiative**, **Transparency International**, **International Business Ethics Institute**.<sup>70</sup>

### 2.4.2 České iniciativy

V ČR je myšlenka firemní odpovědnosti propagována mnoha institucemi. Tyto české iniciativy aktivně podporují prosazování podnikatelské etiky a společenské odpovědnosti firem v ČR, a tak kultivují české podnikatelské prostředí. Instituce podporující společenskou odpovědnost firem v České republice jsou následující: občanská sdružení **AISIS**, **Etické fórum České republiky**, **Fórum dárců<sup>71</sup>**, **Garde**, **Společnost pro etiku v ekonomice**, **Česká společnost pro jakost**, neziskové organizace **Business Leaders Forum Česká republika**, **Gender Studies**, **HESTIA – Národní dobrovolnické centrum**, nevládní neziskové organizace **Sdružení pro oceňování kvality**, poradenské firmy **CG Partners**, **MC Triton**, soukromá společnost **CSR Consult**, sdružení **Korektní podnikání**, obecně prospěšná společnost **Transparency International Česká republika**, nadace **VIA nadace**.

---

<sup>68</sup> CSR Europe má 65 členů z řad největších světových firem a 18 partnerských organizací po celé Evropě. V České republice je jejím partnerem Business Leaders Forum. Je evropskou expertní centrálou.

<sup>69</sup> The Copenhagen Centre byla mezinárodní autonomní instituce založená v roce 1998, avšak k 1.6.2007 ukončila svou činnost a veškeré aktivity, závazky a personál byly převedeny na Dánské centrum pro CSR.

<sup>70</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

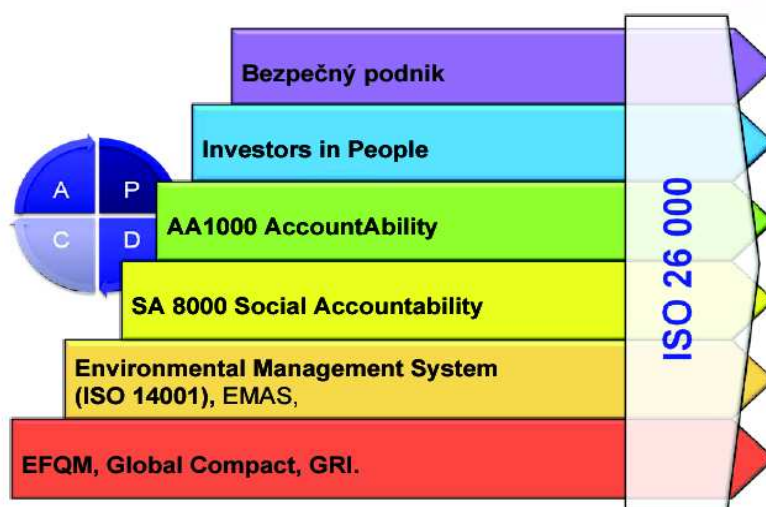
<sup>71</sup> Fórum dárců zaštiťuje Klub firemních dárců DONATOR, jehož současných 17 členů prosazuje odpovědné a transparentní dárcovství, dodržují etický kodex dobrého dárcce a věnují svou podporu rozvoji občanské společnosti. Nabízí vzdělávací program Sociální marketing a provozuje DMS – dárcovské SMS.

## 2.5 Standardy hodnocení a měření

Hodnocení mnoha vstupů a výstupů firemního přístupu k CSR umožní firmě celkově zhodnotit jeho efektivnost, transparentnost, aktuálnost, potřebu a vhodnost. Nejvíce diskutovanou otázkou v současnosti je, zda společenskou odpovědnost firem posuzovat i externě, či nikoliv. Interní hodnocení není problémem, řada aspektů z oblasti společenské odpovědnosti firem je součástí mezinárodních standardů, nejčastěji známé řady ISO. Certifikace CSR je poměrně novou záležitostí a zatím neexistuje jedna univerzální norma. Roztříštěnost certifikací společensky odpovědného chování může vyřešit očekávaná iniciativa Mezinárodní organizace pro standardizaci, která připravuje normu pro společenskou odpovědnost **ISO 26000**. Česká společnost pro jakost rozlišuje standardy na

- dílčí, použitelné pro CSR mezi které řadí ISO 9001/2008, ISO 14001/2004, OHSAS 18001, EMAS a český standard Bezpečný podnik,
- standardy CSR jako SA 8000/2001, AA1000/2008, GRI/2001 a připravované ISO 26000?<sup>72</sup>

Obr. 2.5 Budoucnost norem a standardů CSR<sup>73</sup>



Plán vydání normy **ISO 26000** je datován do období let 2009-2010. Cílem normy je

- poskytnout návod pro funkční společenskou odpovědnost,
- mezinárodní norma, aplikovatelná pro všechny typy organizací,

<sup>72</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

<sup>73</sup> VAVŘÍK, J. *Společenská odpovědnost firem: Metody „měření“ CSR* [online]. 2009, s. 18 – 20 [cit. 2010-01-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.npj.cz/tmce/CSR OS prezentace/2009-csr-kvalita-vavrik.pdf>>.

- identifikovat a zapojit do práce zainteresované strany,
- zvýšit důvěryhodnost organizací a tím i jejich konkurenceschopnost,
- zvýšit spokojenost a důvěru zákazníků,
- podporovat jednotnou terminologii pro společenskou odpovědnost,
- být v souladu s již existujícími dokumenty, kodexy a dalšími mezinárodními dohodami (např. Světová deklarace lidských práv, Deklarace ILO).<sup>74</sup>

Přehled norem, směrnic a dokumentů, které jakýmkoliv způsobem zmiňují CSR a jejichž smyslem je přispět k efektivitě řízení, zavádění, měření či reportování uvádí následující Tab. 2.5.

**Tab. 2.5 Normy vztahující se k CSR**

OBLAST	KÓD A NÁZEV DOKUMENTU	POPIS
<b>Management jakosti</b>	ČSN EN ISO 9001 : 2002	Požadavky systému managementu kvality (KORP).
	ČSN EN ISO 9004 : 2002	Směrnice pro zlepšování výkonnosti.
	Model excellence EFQM	Vychází z přístupu Total Quality Managementu, představen jako systém sebehodnocení celkové výkonnosti organizace.
<b>Auditování systému managementu</b>	ČSN EN ISO 19011 : 2003	Směrnice pro auditování systému managementu jakosti a/nebo systému environmentálního.
<b>Environmentální management</b>	ČSN ISO 14001 : 2005	Systémy environmentálního managementu – Požadavky s návodem na použití.
<b>Management bezpečnosti a ochrany</b>	Bezpečný podnik <sup>75</sup>	Cílem je zvýšit úroveň bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, včetně ochrany životního prostředí.
	ISO 27001: Bezpečnost a ochrana informací	Systém zajistí prostředky k identifikaci rozhodujících aktiv, které je nutno chránit.
	HACCP, ISO 22000	Jsou nedílnou součástí potravinářské legislativy EU. Jejich prvky přímo souvisí s naplňováním předpokladů norem ISO řady 9000.
<b>Management lidských zdrojů</b>	ČSN ISO 10015	Směrnice pro výcvik, která podporuje oblast výchovy a vzdělání zaměstnanců.
	Investors in People	Dokument má charakter normy a byl vydán organizací IIP (UK). Mezinárodní standard propojuje všechny prvky ŘLZ <sup>76</sup> .

<sup>74</sup> Příprava mezinárodní normy ISO 26000 [online]. 26.7.2006 [cit. 2010-01-05]. Dostupný z WWW: <domino.cni.cz/NP/>.

<sup>75</sup> Garantem programu je Státní úřad inspekce práce.

<sup>76</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

<b>Společenská odpovědnost</b>	SA 8000 : 2001 <sup>77</sup>	Věnuje se tématům práce dětí, nucené práce nebo zdraví a bezpečnosti při práci.
	ISO 26000 ve fázi přípravy	Poskytuje návod k základním principům a záležitostem CSR a k cestám implementace odpovědného chování do existující strategie, systémů, praxí a procesů organizace. Tato norma zdůrazňuje význam výsledků a výkonnosti.
	Směrnice OECD pro nadnárodní společnosti	Směrnice obsahující řadu doporučení formulovaných vládami, týkajících se odpovědného chování nadnárodních korporací.
	AA 1000	Obecně aplikovatelná norma pro všechny typy organizací. Cílem je prověření důvěryhodnosti a kvality Zpráv o CSR (reportu) organizací.
	Global Compact <sup>78</sup>	Globální výzva založena na 10 základních principech podnikání.
	SAN Ltd.	Cílem je pomáhat organizacím získávat údaje o dopadech jejich aktivit pro stakeholdery, podávat reporty a zabezpečovat informace.
	ETHIBEL	Cílem je provádět sociální audity.
	Global Reporting Initiative	Pravidla pomáhají firmám sestavit co nejobjektivnější zprávu o své firemní odpovědnosti <sup>79</sup> .
	The Global Sullivan Principles of Corporate Social Responsibility <sup>80</sup>	Cílem je podnítit firmy, aby podporovaly ekonomickou, sociální a politickou spravedlnost v rámci veškeré své podnikatelské činnosti.
	The Caux Round Table <sup>81</sup>	Dokument upravující zásady a principy etického podnikání, tvoří rámec pro korektní podnikání.
	Veri SEAAR	Důležitá součást systému hodnocení a reportingu etického a odpovědnostního chování podniku.
	Dow Jones Sustainability Index	Hodnocení jednání organizace v souladu s udržitelným rozvojem.
	EMAS	Systém řízení a auditu firmy z hlediska životního prostředí.
	FTSE4Good Index	Soustava indexů pro sociálně-odpovědné investice.
	Corporate Responsibility Index	Nástroj hodnocení strategie CSR.
	GoodCorporation Standard	Standard hodnotí 62 manažerských činností, které mají souvztažnost s 1 ze 6 zájmových skupin.
	Standard odpovědná firma	Systém měření vynaložených prostředků firem na dárcovské aktivity.
	Podnik Fair Play	Program objektivního posouzení etického jednání podniku provedením etického auditu <sup>82</sup> .

Mezi další možnosti řadíme benchmarking, metodu BSC, rating, analýzy zpráv CSR, certifikační procesy, žebříčky a další.

<sup>77</sup> Tento dokument nemá charakter normy.

<sup>78</sup> Iniciativa OSN je mezinárodním dobrovolným sdružením nevládních organizací, představitelů soukromého sektoru a dalších mezinárodních organizací. Iniciativa byla vyhlášena v roce 2000 generálním tajemníkem OSN.

<sup>79</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

<sup>80</sup> Sullivanovy globální principy společenské odpovědnosti podniků.

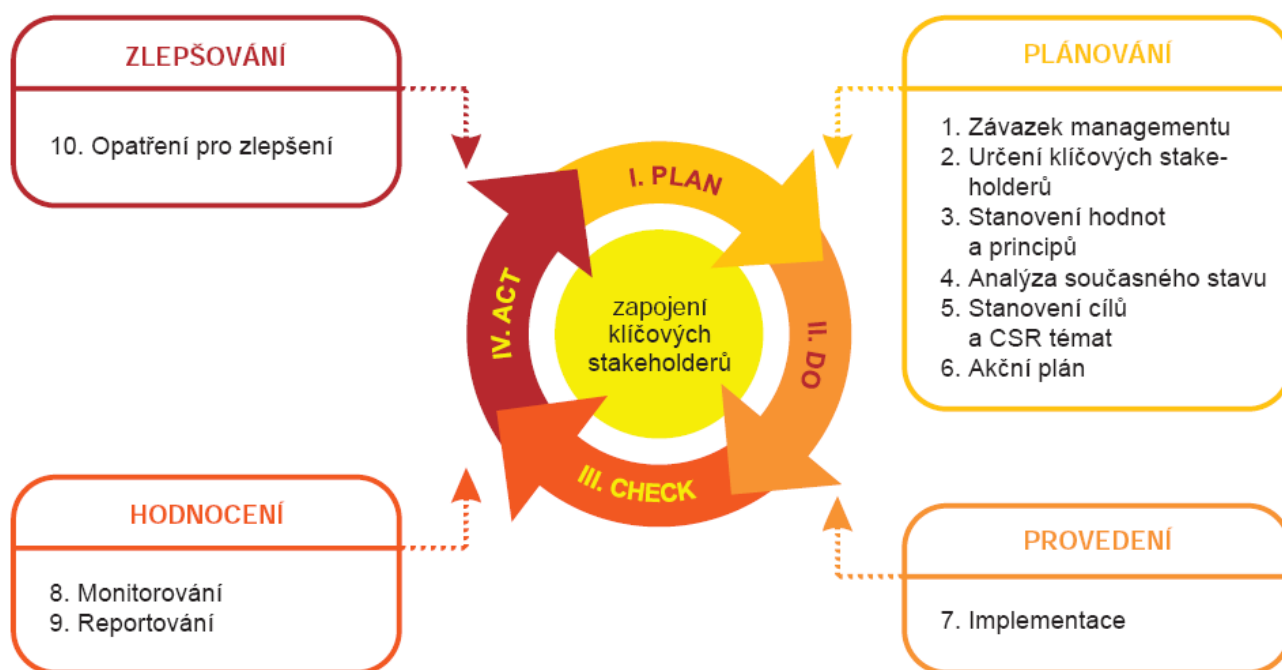
<sup>81</sup> Volně přeloženo jako Kulatý stůl v Caux je sdružením významných představitelů mezinárodních podniků.

<sup>82</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

## 2.6 Realizace CSR

Předtím, než organizace přistoupí k realizaci CSR, musí identifikovat svoje specifika v jednotlivých oblastech – ekonomické, sociální a environmentální. V této oblasti, podobně jako v jiných systémech řízení, bude mít každá organizace své zvláštnosti a tedy i jinou výchozí pozici, jiné možnosti a cíle. Postup implementace CSR tak bude odlišný u podnikatelských subjektů, orgánů veřejné správy či neziskové organizace. Samotnou implementaci lze shrnout do 10 základních kroků, jejichž pořadí a návaznost lze pro přehlednost zasadit do rámce známého Demingova cyklu PDCA<sup>83</sup> (*Plan* – plánování, příprava konceptu; *Do* – realizace připravených akcí; *Check* – kontrola, vyhodnocení akce; *Act* – zlepšování, které firma využije v následujícím cyklu), který znázorňuje Obr. 2.6.

Obr. 2.6 Realizace CSR v 10 krocích<sup>84</sup>



<sup>83</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

<sup>84</sup> STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi: Průvodce odpovědným podnikáním* [online]. Praha: ASPRA, a. s. a 94 minutes, s. r. o., 2008, s. 4 – 32 [cit. 2009-11-23]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz/doc/brozura\\_CSR\\_web\\_CZ.pdf](http://www.blf.cz/doc/brozura_CSR_web_CZ.pdf)>.



## 2.7 Komunikace CSR

Firmy, které přijaly koncept CSR a tudíž realizují konkrétní činnosti v sociální, ekonomické či environmentální oblasti CSR, mají zájem informovat stakeholdery o svých odpovědnostních aktivitách a projektech. Komunikace v oblasti CSR spočívá v předávání informací o vlastní CSR politice stakeholderům.<sup>85</sup> Míra odpovědného chování firem závisí na míře informovanosti široké veřejnosti, v níž působí, a tlaku, který občanská společnost na firmy vyvíjí. Společenská odpovědnost proto stojí a padá s aktivní občanskou společností a s očekáváními široké veřejnosti.<sup>86</sup>

Firmy mají legitimní právo usilovat o to, aby se jejich stakeholdeři dozvěděli o tom, jak odpovědnou součástí společnosti jsou. Ve firemním světě je zcestný názor, že ten, kdo někomu pomáhá, to má dělat pro vlastní dobrý pocit a moc se o tom nešířit. Pokud by management utrácel firemní prostředky pro vlastní dobrý pocit, nebyla by to filantropie, ale defraudace. Média však mají zdrženlivý postoj k informacím o CSR aktivitách firem. Pozitivní zprávy jim obecně přijdou méně zajímavé a u pozitivních zpráv o firmách se navíc bojí obvinění ze skryté reklamy. Programový odpor vůči zprávám z firemní filantropie však začíná postupně vycházet z módy. Výrazně usnadnit budoucí komunikaci CSR s médii mohou správné volby cílových oblastí, partnerů na straně neziskových organizací, kreativní návrhy projektů či spolupráce s celebritami. Vynikající výsledky přináší, když se firma dlouhodobě věnuje jedné oblasti či fenoménu a získá si v něm postupně pozici experta a vůdce. Úspěšné projekty by měly být transparentní - osvědčené jsou grantové systémy, které navíc umožňují zapojit do rozhodování veřejnost a opinion makery.<sup>87</sup> Příkladem takových úspěšných projektů jsou regionální granty Nadace Eurotel a Plzeňského Prazdroje nebo minigranty společnosti ArcelorMittal Ostrava, a. s. Rozumnou strategií zajišťující publicitu může být mediální partnerství. I média si však začínají vybírat, kde se budou angažovat a je lepší přicházet za nimi s inovativními, zajímavými projekty. Nezbytnou podmínkou úspěšné komunikace s médii je však znalost jejich fungování a pravidel, schopnost připravit podklady ve formátu a jazyce, se kterým jsou ochotny pracovat a správná volba osob a způsobu kontaktu. Média však nejsou jedinou možností komunikace CSR aktivit.

---

<sup>85</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

<sup>86</sup> FRANC, P.; NEZHYBA, J.; HEYDENREICH, C. *Když se bere společenská odpovědnost vážně*. 1. vyd. Brno: Ekologický právní servis, 2006.

<sup>87</sup> HEJL, M. CSR jako součást komunikace a strategie firmy [online]. [cit. 2010-01-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.amic.cz/csr-odpovednost/dopis.html>>.

Ke komunikaci se stakeholdery se využívají, jak uvádí Krymláková (2009)<sup>88</sup> interní a externí komunikační kanály.

**Interní komunikační kanály**, kterými jsou nástěnky, firemní informační tabule, etický kodex, projevy a prezentace, dny otevřených dveří, podnikové časopisy, intranet, e-maily, firemní telefonní linky apod., informují interní stakeholdery podniku a vzhledem k tomu, že zaměstnanci jsou zásadními mluvčími firmy, je interní komunikace velice důležitá.

**Externí komunikace** předává informace externím stakeholderům v podobě výročních zpráv nebo speciálních CSR zpráv, reportů a komplexních zpráv o udržitelném rozvoji<sup>89</sup>. Vedle těchto zpráv firmy využívají jako komunikační kanál také PR, marketing, média, placenou inzerci, štítky na výrobcích, informace na firemních kalendářích, dárkách a vánočních přáních, informace na webových stránkách firmy, popř. účast v soutěžích hodnotící CSR strategie podniků, členství v neziskových organizacích propagujících myšlenku odpovědného podnikání, účast na konferencích, seminářích či ocenění za sociální a environmentální aktivity.

Ke komunikaci odpovědného podnikání lze tedy využít mnohých komunikačních prostředků, přičemž některé z nich nejsou finančně ani časově náročné<sup>90</sup>.

### 2.7.1 CSR report

Zprávu o společenské odpovědnosti firmy lze charakterizovat jako výroční veřejně publikovanou firemní zprávu, která poskytuje detailní přehled o firmě a jejím ekonomickém, sociálním a environmentálním dopadu na společnost. Tento CSR report lze považovat za:

1. **komunikační nástroj** určený ke komunikaci CSR aktivit firmy interním i externím stakeholderům podniku,
2. **manažerský nástroj** zajišťující systematický přístup k CSR, měření pokroku a určení nových strategií a cílů.

---

<sup>88</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

<sup>89</sup> Tyto každoroční zprávy firmy zveřejňují na svých internetových stránkách s cílem zpřístupnit tyto informace co nejširšímu okruhu zájmových skupin včetně veřejnosti.

<sup>90</sup> STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi: Průvodce odpovědným podnikáním* [online]. Praha: ASPRA, a. s. a 94 minutes, s. r. o., 2008, s. 4 – 32 [cit. 2009-11-23]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz/doc/brozura\\_CSR\\_web\\_CZ.pdf](http://www.blf.cz/doc/brozura_CSR_web_CZ.pdf)>.

Při tvorbě zprávy by měla firma dbát na obsahovou správnost, důvěryhodnost a v neposlední řadě i na formální stránku.

**Úplnost** zprávy se sleduje ve dvou směrech: předpokládá se, že report pokryje všechny podnikové operace a pobočky v dané zemi a že zpráva informuje v plném rozsahu o významných aspektech dopadu firmy na okolní občanskou společnost a životní prostředí.

**Důvěryhodnost** zprávy je založená na popisu firemní politiky, personálních zodpovědností, metody sběru dat a stanovení cílů. Důvěryhodnost je rovněž významně ovlivněna mírou zapojení stakeholderů a ověřením interních systémů a informací třetí nezávislou stranou.

**Formální stránka** reportu hraje velkou roli a to nejen, co se týče grafické úpravy a vzhledu, ale i toho, zda je zpráva srozumitelná, čtivá a přiměřeně dlouhá. S tím souvisí i přehledná navigace, která napomáhá čtenáři k rychlé orientaci. V úvodu zprávy se doporučuje vykreslit tzv. mapu dokumentu, která navede stakeholdera na jemu určenou část<sup>91</sup>.

Takto vytvořená zpráva tedy v první řadě slouží ke komunikaci CSR aktivit firmy a zároveň však proces jejich sestavování může firmě napomoci společensky odpovědnou politiku zdokonalit a upozornit na místa, kde jsou potřebná či vhodná zlepšení. Nároky, které proces sestavení CSR zprávy na firmu klade, nejsou malé. I z tohoto důvodu představuje schopnost kvalitní CSR zprávu sestavit pro investory a finanční instituce ve světě určitou záruku stability a dobrého managementu firmy.<sup>92</sup>

Zprávy organizací o společenské odpovědnosti je důležité hodnotit nejen interně, ale i externě, třetí nezávislou stranou<sup>93</sup>. Zpráva by měla být snadno přístupná, vydaná v tištěné i elektronické verzi, případně v několika jazykových mutacích. V mnoha případech on-line report představuje pouze dokument ke stažení ve formátu pdf, který je přesnou kopií tištěné verze. Internet však otvírá mnoho možností pro flexibilní a aktuální reportování a umožňuje okamžitou reakci stakeholderů. Pro sdělení skutečného výkonu je vhodné využít tvrdé kvantitativní měření, kdekoli je to možné.

---

<sup>91</sup> STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi: Průvodce odpovědným podnikáním* [online]. Praha: ASPRA, a. s. a 94 minutes, s. r. o., 2008, s. 4 – 32 [cit. 2009-11-23]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz/doc/brozura\\_CSR\\_web\\_CZ.pdf](http://www.blf.cz/doc/brozura_CSR_web_CZ.pdf)>.

<sup>92</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Napříč společenskou odpovědností firem*. 1. vyd. Kladno: AISIS, 2005.

<sup>93</sup> VAVŘÍK, J. *Společenská odpovědnost firem: Metody „měření“ CSR* [online]. 2009, s. 18 – 20 [cit. 2010-01-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.npj.cz/sekce-rady-kvality-cr/spolecenska-odpovednostorganizaci/>>.

Správné CSR zprávě, dle Steinerové (2008)<sup>94</sup>, by neměl chybět žádný z těchto bloků:

## 1. Firemní souvislosti

*Závazek vrcholového managementu*

**Slovo ředitele.** Vedení podniku popisuje a zhodnotí klíčové části a zjištění zprávy.

**Definice CSR.** Zveřejnění vlastního nebo převzatého pojetí konceptu CSR.

**Firemní souvislosti.** Odpovědné podnikání je dáno do souvislostí s firemními hodnotami a pravidly chování. Firma tak dává najevo, že to, v co věří, umí převést do praxe.

**Souhrn zprávy.** Spojení ekonomického, environmentálního a sociálního dopadu na společnost.

**Cíle na další rok.** Informace, čeho chce firma dosáhnout a jaké CSR aktivity k tomu využije.

*Firemní profil*

**Základní informace.** Produkty a služby, geografické umístění, odvětví, podíl na trhu apod.

**Finanční výsledky.** Výnosy z prodeje, zisk po zdanění atd.

**Lidské zdroje.** Počet zaměstnanců, organizační struktura.

## 2. Řízení společenské odpovědnosti

*Strategie*

**CSR jako součást strategie.** Vztahu mezi CSR strategií a celkovou obchodní strategií.

**CSR priority.** Určení prioritních témat odpovědného podnikání a souvisejících aktivit.

**Přínosy CSR.** Uveřejnění výhod, které firmě odpovědné podnikání přináší.

*Firemní řízení*

**Personální zabezpečení CSR.** Zobrazení organizační struktury a uvedení personálních zodpovědností v rámci naplňování konceptu CSR.

**Řízení CSR.** Popis manažerského systému využívaného v souvislosti se CSR.

*Zapojení stakeholderů*

**Klíčoví stakeholderi.** Popis uskutečněných kroků vedoucích k zapojení stakeholderů a výstupů vzniklých z této interakce.

**Mezisektorová spolupráce.** Informace o aktuálním partnerství podniku s nekomerčními subjekty.

---

<sup>94</sup> STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi: Průvodce odpovědným podnikáním* [online]. Praha: ASPRA, a. s. a 94 minutes, s. r. o., 2008, s. 4 – 32 [cit. 2009-11-23]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz/doc/brozura\\_CSR\\_web\\_CZ.pdf](http://www.blf.cz/doc/brozura_CSR_web_CZ.pdf)>.

### 3. Výkonnost podniku

Firma podává kvantitativní a kvalitativní informace o dopadu procesů, produktů a služeb na společnost v oblasti trhu, pracovního prostředí, místní komunity a životního prostředí. Alternativně můžete report rozdělit do kapitol určených jednotlivým stakeholderům. Naměřené výkony dávají smysl až po uvedení do kontextu pomocí tzv. benchmarkingu neboli srovnání. Jako referenční bod můžou posloužit data podniků ze stejného oboru, současné trendy nebo cíle podniku stanovené pro nadcházející období.

### 4. Postup tvorby reportu

**Rozsah zprávy.** Uvedení časového období a výčet obchodních jednotek v reportu.

**Metodologie.** Popis standardů či metodik, které byly při tvorbě zprávy použity.

**Ověření.** Stále více podniků zahrnuje do CSR zprávy i ověření od třetí nezávislé strany.

**Seznam indikátorů.** Rejstřík zveřejněných indikátorů a zdůvodnění jejich volby.

**Zpětná vazba.** Popis mechanismu zpětné vazby, aby mohli čtenáři sdělit firmě svůj názor na zprávu či samotný CSR výkon.

**Další informace.**

#### 2.7.2 Povinné reportování

Jednou z možných variant budoucího vývoje je možnost, že se reportování nefinančních aspektů podnikání přesune z kategorie „dobrovolné“ do kategorie „povinné“. Reportování se tak stane zákonnou povinností. Zejména v Evropě vývoj tímto směrem v posledních letech výrazně spěje.

Široká veřejnost ČR jednak souhlasí s širokým publikováním údajů o sociálních a ekologických činnostech firem, jednak příliš nenamítá ani proti zákonné povinnosti<sup>95</sup> takové informace poskytovat. Podle mínění dotázaných sociologického výzkumu z roku 2003, který provedl STEM na objednávku firmy Philips Morris, by měly informace o společenské odpovědnosti firem být publikovány jasným a snadno pochopitelným způsobem. Takovéto zprávy by měly přinášet pravdivá fakta o sociálních a ekologických aktivitách.

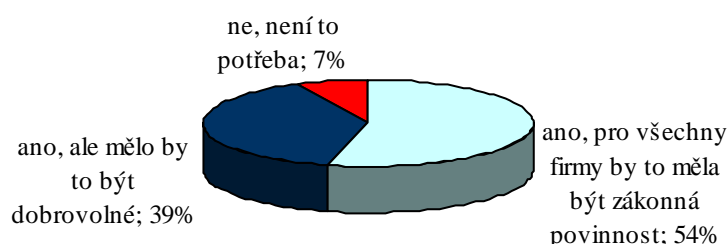
---

<sup>95</sup> Dotazování expertů v dané oblasti jsou však podstatně opatrnější. Obecně se u nich projevuje nechuť k jakýmkoli závazným nařízením a povinnostem uvádět údaje o společensky prospěšných aktivitách. Jedinou výjimkou jsou zprávy o stavu životního prostředí. Zde se jak odborníci, tak i široká veřejnost kloní k názoru, že pravidelné informace o dopadu na životní prostředí by mohly být i povinné. Nicméně respondenti všech skupin považují za vhodné, aby firmy poskytovaly zprávy o „mimohospodářských“ souvislostech své činnosti.

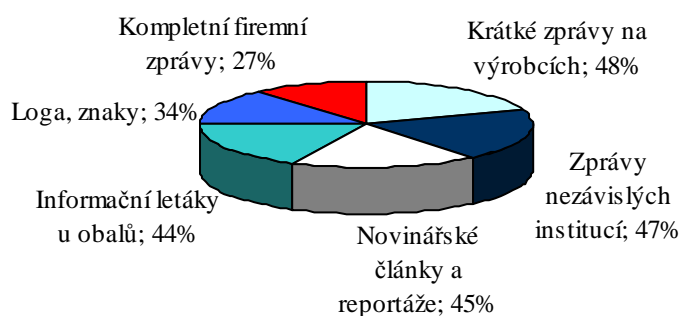
Podle expertů v dané oblasti je velmi důležité, aby tyto zprávy byly přístupné široké veřejnosti, neboť to umožňuje kultivovat veřejnost i veřejné instituce, a zároveň to přispívá k rozvoji debaty o sociálních problémech naší země. Důležité však je, aby tato komunikace neměla nucený, vnější, byrokratický rozměr.

**Graf 2.7.2 Sociologický výzkum STEM na objednávku firmy Philip Morris<sup>96</sup>**

**I. „Bylo by podle Vás dobré, aby větší firmy musely publikovat zprávu o svých sociálních a ekologických činnostech stejně jako publikují zprávu o svém hospodaření?“**



**II. „Který zdroj informací o sociálním a ekologickém chování firem by Vám nejvíce vyhovoval?“**



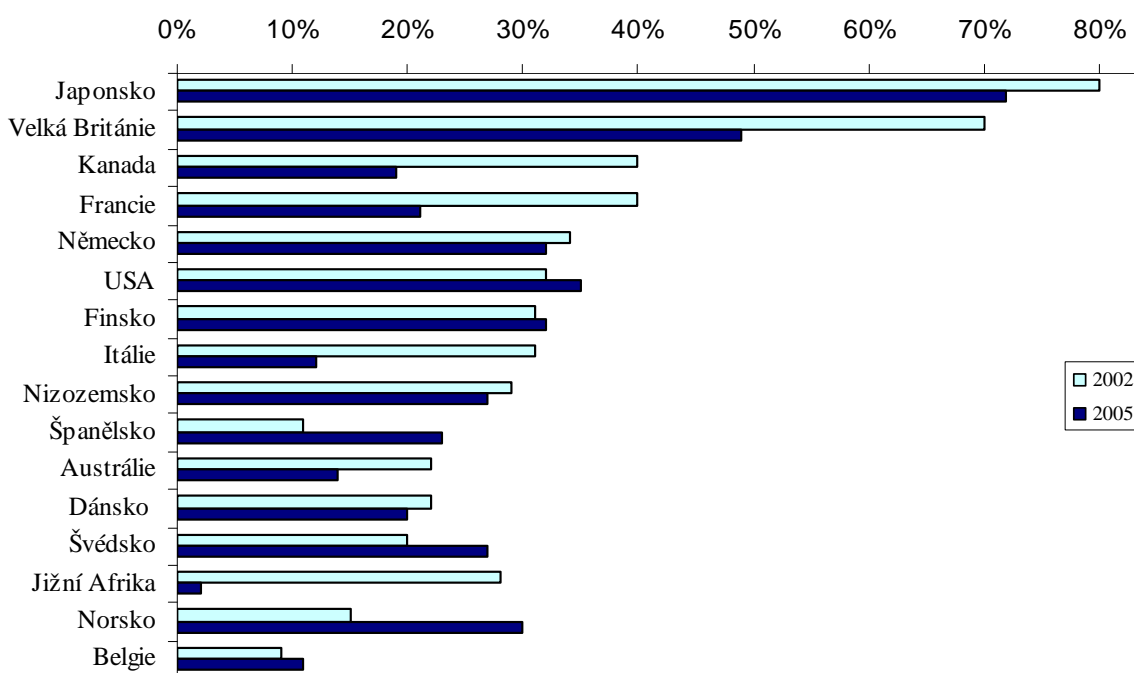
<sup>96</sup> JEŘÁBKOVÁ, V; HARTL, J. *Společenská odpovědnost firem* [online]. AISIS, 2003, s. 36 – 39 [cit. 2010-01-29]. Dostupný z WWW: <[http://www.sof.cz/download%5C781\\_03\\_aisis%20bro%9Eura%20sof.pdf](http://www.sof.cz/download%5C781_03_aisis%20bro%9Eura%20sof.pdf)>, vlastní grafická úprava.

Výzkumný komplex STEM se skládal z kvantitativního šetření, které proběhlo v lednu 2003 na reprezentativním souboru populace ČR. Metodou kvótního výběru bylo dotázáno 944 lidí starších 18 let.

V roce 2004 přijala EU direktivu, která veřejně obchodovatelným evropským firmám ukládá povinnost přikládat k výročním zprávám<sup>97</sup> prohlášení o správě a řízení podniku (*Corporate Governance*), které musí zahrnovat údaje o environmentálních a sociálních iniciativách firem. Ve stejném roce byl ve Velké Británii ukotven požadavek na předkládání tzv. „*Operating and Financial Review*“. Ředitelé firem jsou na základě tohoto zákona povinni předkládat akcionářům relevantní informace o firemní strategii, cílech a plánech. Akcionáři mají zároveň právo na přístup k informacím, které se týkají sociálních a environmentálních dopadů působení firmy. Zákon také stanovuje konkrétní údaje, které musí být obsaženy ve zprávách předkládaných akcionářům. V USA<sup>98</sup> zůstává podávání informací o environmentálních a sociálních aspektech dobrovolné, nicméně i zde lze zaznamenat trend směrem k větší transparentnosti firem.

Optimální cesty k reportování CSR v ČR jsou zjevně stále hledány a bude ještě nějaký čas trvat, než celá věc vykrystalizuje do jednotné podoby<sup>99</sup>.

**Graf 2.7.2 III. % z top 100 společností dle státu se separátní zprávou udržitelného rozvoje<sup>100</sup>**



<sup>97</sup> V roce 2002 vydal francouzský parlament zákon *Nouvelles Regulation Economiques*, který rovněž veřejně obchodovatelným firmám ukládá povinnost zveřejňovat informace o sociálních a environmentálních aspektech podnikání v pravidelných výročních zprávách.

<sup>98</sup> V roce 2003 byl přijat zákon *Sarbanes-Oxley Corporate Responsibility Act*, který byl přímou reakcí na korporátní skandály v USA a který se zaměřuje na zvýšení transparentnosti managementu a auditu.

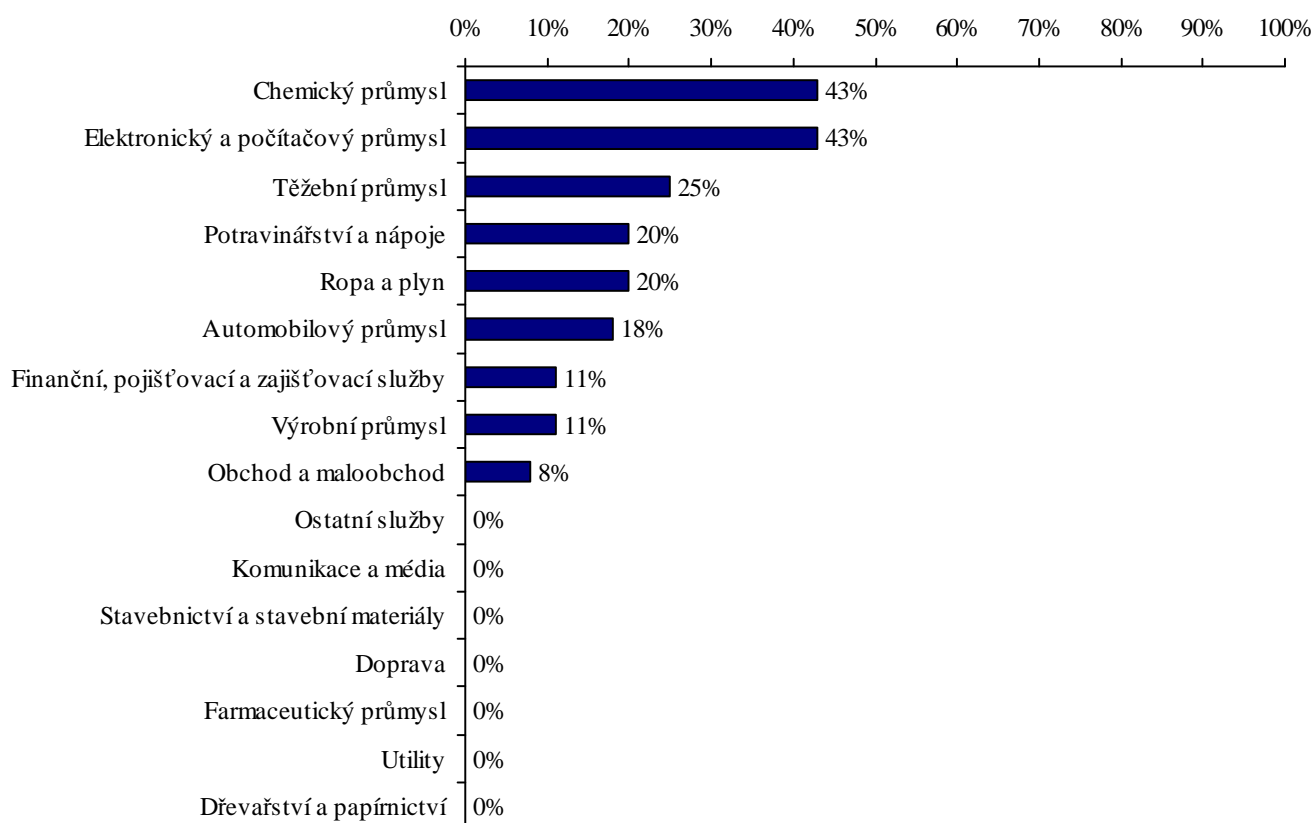
<sup>99</sup> KOLEKTIV AUTORŮ. *Napříč společenskou odpovědností firem*. 1. vyd. Kladno: AISIS, 2005.

<sup>100</sup> KPMG. *Společenská zodpovědnost firem na vzestupu. Horizonty: Čtvrtletník pro top management*, červenec 2007, s. 26, vlastní grafická úprava.

Právě v České republice, ale také v Mexiku, vydává zprávy vykazující svou činnost v oblasti CSR méně než 20 % společností. V Japonsku či Velké Británii je to více než 70 % společností. Firmy v České republice mají ještě příležitost budovat svou dobrou pověst chováním, které je například v USA či Velké Británii již pokládáno za naprosto standardní a svou pověst tam riskuje ten, kdo si to neuvědomuje. V roce 1992 bylo ve Velké Británii vydáno 26 CSR reportů, v roce 2003 jich bylo již 1791.

Ačkoliv se zdá, že reportování o CSR není pro české společnosti prioritou, povědomí o důležitosti CSR stejně jako opravdový zájem o její implementaci do firemních procesů roste. V tomto ohledu vedou společnosti z oblasti těžkého průmyslu, elektroniky, potravinářství a v neposlední řadě z oblasti finančních služeb, jak ukazuje Graf 2.7.2 IV.

**Graf 2.7.2 IV. CSR reporting v ČR podle jednotlivých sektorů<sup>101</sup>**



<sup>101</sup> KPMG. Lidé a kapitál, bezpečnost dat. *Horizonty: Čtvrtletník pro top management*, březen 2009, s. 41, vlastní grafická úprava.



### 2.7.3 Standardy pro CSR komunikaci

#### Model KORP

Národní metodika KORP je využívána od roku 2009 při udělování Národní ceny kvality – model CSR určené pro veřejný sektor. Tato národní cena kvality je založena na hodnocení společenské odpovědnosti organizací. Zásady modelu KORP, jak uvádí Krymláková (2008, str. 225)<sup>102</sup>, objasňuje Rada kvality České republiky v publikaci Statuty 2009 takto:

*„Organizace, které se přihlásí do programu, zpracovávají „Zprávu o CSR“, která je předmětem posuzování. Organizace jsou hodnoceny samostatně v každém pilíři = kritérii (ekonomika, environment, sociální oblast), a to v částech „předpoklady“ a „výsledky“. Kritéria jsou dále členěna na subkritéria, která obsahují soubory témat, na které by měl zpracovatel „Zprávy o CSR“ reagovat. Pro účast v „Ceně CSR“ je výhodné zpracovat „Zprávu o CSR“ v dělení dle subkritérií. Subkritérium je vhodné posuzovat jako celek. Je třeba posoudit a následně písemně formulovat, jak jsou požadavky jednotlivých témat v organizaci naplňovány.“*

Tato národní metodika hodnocení CSR se plně opírá o soustavu ukazatelů (*Sustainability Reporting Guideliness*), model excelence EFQM a metodiku sebehodnocení modelu CAF 2006. Model KORP systematicky vede organizaci k tomu, aby všechny prvky jako praktické využití ukazatelů, vazba na probíhající procesy v organizaci, řízení a zlepšování procesů, byly přiměřeně naplňovány. Proto bylo využito dlouholetých pozitivních zkušeností s modelem excelence EFQM a především zkušeností s hodnocením organizací v modelu CAF.<sup>103</sup>

To nejlepší z uvedených modelů bylo integrováno v modelu KORP. Model je určen jak pro interní, tak pro externí hodnocení. Umožňuje dva způsoby bodového hodnocení, a to hodnocení „klasické/zjednodušené“ a hodnocení s „jemným rozlišením“.

---

<sup>102</sup> KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009.

<sup>103</sup> PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008.

## GRI (Global Reporting Initiative)

Global Reporting Initiative (GRI)<sup>104</sup> je nezávislá mezinárodní nezisková organizace se sídlem v Amsterdamu, která byla založena v roce 1997 Koalicí pro environmentálně odpovědnou ekonomii (CERES) a Programem OSN na ochranu životního prostředí (UNEP). Jejím hlavním posláním je rozvíjení a propagace globálně aplikovatelné směrnice reportování v oblasti udržitelného rozvoje. V souvislosti s hlavním posláním a vizí organizace GRI byla v roce 2006 vydána třetí a zatím poslední generace směrnice nazvaná jako **G3 Guidelines** (*Sustainability Reporting Guidelines*) – Směrnice o podávání zpráv o udržitelnosti. Nová verze je výsledkem několikaletého vývoje a zlepšování předchozí směrnice G2 z roku 2002. Tento Reportingový rámec GRI je jedním ze světově nejrozšířenějších standardů v oblasti reportingu, který používá zhruba kolem tisícovky organizací.

Směrnice GRI vytvářejí rámec pro podávání zpráv a jejich účelem je napomoci korporacím sestavit co nejobjektivnější zprávu o jejich výkonnosti v rámci společenské odpovědnosti. Cílem samotné GRI je pak dosáhnout stavu, kdy se podávání zpráv o environmentálních, ekonomických a sociálních ukazatelích ze strany organizací stane rutinou srovnatelnou s podáváním zpráv finančních. Reportingový rámec je navržen tak, aby se dal použít v organizacích jakékoliv velikosti, sektoru a lokality. Obsahuje všeobecné i sektorově zaměřené dokumenty, na nichž se shodlo široké spektrum zainteresovaných skupin z celého světa, jako na všeobecně aplikovatelných dokumentech vhodných pro reporting výsledků organizací ve věcech udržitelného rozvoje. Zpráva o udržitelném rozvoji by měla poskytovat vyrovnaný a přiměřený obraz o výkonu společnosti v oblasti udržitelného rozvoje – včetně pozitivních i negativních vlivů.<sup>105</sup> Hlavním přínosem směrnic je seznam kvantitativních i kvalitativních indikátorů výkonnosti, pomocí kterých firma popíše svůj společensky odpovědný výkon. Každá firma si zvolí indikátory, které jsou pro ni významné a relevantní. Dohromady směrnice nabízí 79 indikátorů rozdělených do třech základních oblastí, šesti kategorií a čtrnácti podkategorií. Každý indikátor je označený jako základní či dodatečný a má svůj Protokol, který obsahuje jeho definici a metodologii postupu při vyplňování. Seznam indikátorů je rovněž součástí do češtiny přeloženého dokumentu **Pokyny pro Sustainability Reporting**, který uvádím v Příloze 2.

---

<sup>104</sup> GRI. Home Page [online]. [cit. 2010-02-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.globalreporting.org/>>.

<sup>105</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.


Pokud se organizace při psaní zprávy o udržitelném rozvoji řídí metodikou GRI, měla by uvést, do jaké míry se řídila principy tohoto Reportingového rámce. Tento údaj je vyjádřen definováním **tří aplikačních úrovní náročnosti zpracování zprávy**. Jednotlivé aplikační úrovně jsou označeny písmeny **C, B a A**. Kritéria platná pro každou úroveň odrážejí míru dodržování zásad Reportingového rámce. Znaménko plus (+) používané vedle označení jednotlivé úrovně (C+, B+ či A+) ukazuje na kontrolu uvedených údajů externím subjektem. Autor zprávy sám vyhlásí aplikační úroveň na základě vlastního porovnání obsahu zprávy a kritérií Aplikačních úrovní GRI. Reportující organizace však mohou zvolit ještě jednu nebo obě z následujících možností:

- požádat třetí stranu o zhodnocení správnosti vyhlášené aplikační úrovně,
- požádat GRI o kontrolu správnosti vyhlášené aplikační úrovně.

**Cílem úrovní** je poskytnout čtenářům zprávy informace o tom, jak dalece se autoři zprávy řídili Pokyny GRI a dalšími prvky Reportingového rámce a dále poskytnout tvůrcům zprávy vizi nebo cestu pro postupné přidávání dalších prvků Reportingového rámce GRI.

V České republice má v současné době pouze skupina Czech Coal, a. s. zpracovánu svou Roční zprávu skupiny Czech Coal: Hospodaření a udržitelný rozvoj v roce 2008. Tato roční zpráva skupiny Czech Coal byla ověřena společností KPMG Česká republika, s. r. o., a organizací Global Reporting Initiative. Aplikace reportovací metodiky GRI v této zprávě je ověřena na úrovni A+, která představuje zlepšení oproti roku 2007, kdy byla ověřena na úrovni B+.

**Obr. 2.7.3.2 Tabulka aplikační úrovně náročnosti zpracování zprávy<sup>106</sup>**

	2002 v souladu	C	C+	B	B+	A	A+
<b>Povinné</b>	Vlastní hodnocení			<input checked="" type="checkbox"/>			
<b>Dobrovolné</b>	Kontrolováno třetím subjektem			<input checked="" type="checkbox"/>			
	Kontrolováno GRI		Zpráva externě kontrolována		Zpráva externě kontrolována		Zpráva externě kontrolována

<sup>106</sup> GRI. *Aplikační úrovně GRI* [online]. 2000-2006, 4 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/BBBDEFDB-096D-492C-BDD6-D0BDCECF629F/2365/G3\\_AL\\_application\\_levels\\_rev4\\_ceskyalito1.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/BBBDEFDB-096D-492C-BDD6-D0BDCECF629F/2365/G3_AL_application_levels_rev4_ceskyalito1.pdf)>. Z této tabulky je zřejmé, že tvůrce zprávy vyhodnotil aplikační úroveň jako B a toto hodnocení bylo kontrolováno jak třetí stranou, tak GRI.

### **3 ANALÝZA CSR SPOLEČNOSTI ARCELORMITTAL OSTRAVA, A. S.**

Tato kapitola diplomové práce je zaměřena na komunikaci v oblasti společenské odpovědnosti firem, jež spočívá v předávání informací firmy o vlastní CSR politice a strategii zainteresovaným stranám. Jak jsem již výše uvedla, ke komunikaci se stakeholdery se využívá řada komunikačních kanálů, avšak tím zásadním komunikačním kanálem pro prezentaci CSR aktivit je zpráva o udržitelném rozvoji (*Sustainability Reporting*), které v této kapitole věnuji největší pozornost.

Cílem mé práce je komparace Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti ArcelorMittal Ostrava, a. s. za rok 2008 s Reportingovým rámcem GRI (*Global Reporting Initiative*) za použití metodiky pozorování a následného hodnocení sekundárních dat.

#### **3.1 Výběr společnosti**

Společenská odpovědnost firem je rozsáhlým a dá se říci relativně novým, tudíž veřejnosti poměrně neznámým, tématem, který však nabývá na aktuálnosti a v současné době se o této problematice hovoří stále častěji v rámci podnikové praxe téměř na celém světě. Koncept CSR se zaměřuje zejména na střední a velké firmy, avšak je třeba bezesporu přiznat, že dnes se o ní začínají zasazovat i nejmenší podniky, pro které je odpovědnost rovněž důležitá. V době vzniku samotného názvu uplatňovaly společenskou odpovědnost pouze nadnárodní korporace, proto „*Corporate Social Responsibility*“.

Dané skutečnosti charakteristické pro společenskou odpovědnost firem jako interdisciplinární, vícerozměrný a veřejnosti neznámý, mě při výběru korporace postavily před nelehký úkol. Základní kritéria, jež omezovala můj výběr mezi řadou odpovědných firem, byla sídlo firmy, která má své HR oddělení v místě mého bydliště, a její velikost. Mým záměrem bylo najít nadnárodní korporaci, tedy takovou, která bude působit alespoň v jedné další zemi kromě České republiky, nebo nejlépe celosvětově. Tato musí mít CSR závazky. Finální volbou mého výběru se stala korporace ArcelorMittal Ostrava, a. s., se sídlem v Ostravě, s níž jsem započala vzájemnou spolupráci. Tato korporace byla otevřená v otázkách firemní odpovědnosti, za což vděčím především zaměstnancům působících v oblasti CSR.

## 3.2 Profil společnosti

ArcelorMittal Ostrava, a. s. je dceřinou korporací nadnárodního koncernu ArcelorMittal, který je největším světovým ocelářským producentem s více než 300 tisíci zaměstnanci a se závody ve více než 60 zemích světa<sup>107</sup>. Koncern má hlavní sídlo ve městě Lucemburk v Lucembursku, v původním sídle Arceloru. V roce 2009 se tento ocelářský gigant umístil na 28. místě na světě v nejznámějším žebříčku firem Fortune Global 500, který každoročně shromažďuje informace o obratech a ziscích podniků<sup>108</sup>. Základní kapitál dceřiné korporace činí přes 12 miliard Kč<sup>109</sup>, přičemž v roce 2008 dosáhla 4 miliardy Kč zisku po zdanění<sup>110</sup>. Tento hutní podnik sice v posledních letech snižuje stavy zaměstnanců v důsledku zeštíhlování, ale stále je jedním z největších zaměstnavatelů v ostravském regionu a dává práci okolo 7 tisícům zaměstnanců<sup>111</sup>. Logo znázorňuje Obr. 3.2.

Obr. 3.2 Logo ArcelorMittal<sup>112</sup>



Historie současné největší hutní korporace ČR ArcelorMittal Ostrava, a. s. (tehdy Vítkovické železářny) se začala psát v roce 1942. V důsledku omezeného rozvoje vzhledem k umístění ve městě se započala výstavba jižního závodu v Kunčicích. V roce 1947 bylo přijato rozhodnutí o výstavbě hutního kombinátu, tehdy stále ještě jako součást Vítkovických železáren. V roce 1951 došlo k osamostatnění a vznikla Nová huť Klementa Gottwalda, národní podnik. V roce 1989 došlo ke změně názvu z NHKG na Nová huť, státní podnik. ArcelorMittal Ostrava, a. s. získal Lakshmi Mittal do svého impéria v roce 2003 a došlo ke změně názvu na ISPAT Nová huť, a. s. Koncem roku 2004 došlo opět ke změně názvu a to na Mittal Steel Ostrava, a. s. V důsledku fúze podniků Mittal Steel a Arcelor v roce 2007 se změnil i název ostravské korporace na dnešní ArcelorMittal Ostrava, a. s.<sup>113</sup>

<sup>107</sup> ArcelorMittal. Profile [online]. [cit. 2010-02-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.arcelormittal.com/index.php?lang=en&page=9>>.

<sup>108</sup> Fortune Global 500 [online]. [cit. 2010-02-02]. Dostupný z WWW: <[http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2009/full\\_list/](http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2009/full_list/)>.

<sup>109</sup> Obchodní rejstřík. ArcelorMittal [online]. [cit. 2010-02-01]. Dostupný z WWW: <<http://obchodnirejstrik.cz/arcelormittal-ostrava-a-s-45193258/>>.

<sup>110</sup> ArcelorMittal Ostrava, a. s. Výroční zpráva [online]. [cit. 2010-02-02]. Dostupný z WWW: <[http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM\\_economicrep03\\_s3\\_cz.html](http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM_economicrep03_s3_cz.html)>.

<sup>111</sup> ArcelorMittal Ostrava, a. s. Výroční zpráva [online]. [cit. 2010-02-02]. Dostupný z WWW: <[http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM\\_economicrep03\\_s3\\_cz.html](http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM_economicrep03_s3_cz.html)>.

<sup>112</sup> ArcelorMittal. Home Page [online]. [cit. 2010-02-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.arcelormittal.com>>.

<sup>113</sup> ArcelorMittal Ostrava, a. s. Historie společnosti [online]. [cit. 2010-02-02]. Dostupný z WWW: <[http://www.arcelormittal.cz/AM\\_history\\_s2\\_cz.html](http://www.arcelormittal.cz/AM_history_s2_cz.html)>.

### 3.3 Firemní odpovědnost

*„Vizí ArcelorMittal Ostrava je stát se nejjobdivovanější společností v regionu a zemi, nejlepším zaměstnavatelem, kulturním vůdcem regionu, správným sousedem a nejzelenější hutnickou firmou v České republice<sup>114</sup>.“*

ArcelorMittal je členem sítě CSR Europe, jež sdružuje podniky a partnerské organizace v různých státech Evropy. CSR prezentace mateřského koncernu, kterou nalezneme na domovských stránkách<sup>115</sup>, je téměř podrobná a detailně rozpracovaná. ArcelorMittal Ostrava, a. s. nemá na svých internetových stránkách až tak obsáhlou CSR prezentaci jako mateřský koncern, přesto však směřuje k tomu, aby byla odpovědná ve všech třech strategických oblastech CSR. Odpovědnost v těchto oblastech dokládá hned několika dokumenty. ArcelorMittal Ostrava, a. s. směřuje k tomu,

- **sociální oblast**

... aby se chovala spravedlivě a s úctou ke svým zaměstnancům a stala se odpovědným sousedem, který chápe potřeby regionu. Hlavní prioritou korporace v této oblasti je bezpečnost a ochrana zdraví zaměstnanců definovaná devíti zásadami politiky bezpečnosti práce a ochrany zdraví.

- **environmentální oblast**

... aby chránila životní prostředí pro příští generace a veškerou činnost prováděla s ohledem na ně. Přístup k životnímu prostředí korporace vysvětluje na svých domovských stránkách ve volně přístupném dokumentu nazvaném Mittal Steel Ostrava a životní prostředí 2006 a také v celokupinové environmentální politice zavedené v roce 2007 z důvodu zajištění stabilních výsledků ve všech provozech. V této politice je vysvětleno deset zásad, kterými se má korporace řídit.

---

<sup>114</sup> ArcelorMittal Ostrava, a. s. Vize a strategie [online]. [cit. 2010-02-04]. Dostupný z WWW: <[http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM\\_strategy\\_s7\\_cz.html](http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM_strategy_s7_cz.html)>.

<sup>115</sup> ArcelorMittal. Corporate Responsibility [online]. [cit. 2010-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.arcelormittal.com/index.php?lang=en&page=672>>.

- **ekonomická oblast**

... aby ve spolupráci s klíčovými partnery, kterými jsou zaměstnanci společnosti, zákazníci, dodavatelé, zájmové skupiny, obchodní partneři a veřejnost, zmírňovala dopad obchodních operací na společnost a životní prostředí. Ekonomická oblast je prezentována pomocí Výroční zprávy a Konsolidované výroční zprávy<sup>116</sup> zveřejněné na domovských stránkách korporace naposledy za období devíti měsíců končící 31. prosince 2008.

Odpovědnosti ArcelorMittal Ostrava, a. s. se, kromě výše uvedených dokumentů, věnuje také první vydání časopisu Odpovědný partner (2008) a Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008, zveřejněné rovněž na domovských stránkách.

Domovské stránky mají svou samostatnou sekci Firemní odpovědnost, která je dále rozdělena na několik klíčových bodů: Vize a strategie, Zainteresované strany, Oblasti podpory, Ekologie a životní prostředí, Bezpečnost práce a ochrany zdraví, Reporty a Firemní dobrovolnictví. Seznam aktivit firemní odpovědnosti je přehledně zpracován přímo na těchto domovských stránkách společnosti konkrétně v sekci Veřejnost – Aktuality a Tiskové zprávy, a v sekci O společnosti – Fotogalerie<sup>117</sup>.

Tiskové zprávy jsou na stránkách archivovány již od roku 2006 a jsou důkazem toho, že ArcelorMittal Ostrava, a. s. skutečně preferuje odpovědný přístup k vlastním zaměstnancům, laické i odborné veřejnosti, ostravskému regionu, Moravskoslezskému kraji, celé republice a životnímu prostředí<sup>118</sup>. Udržitelnost má tři jasné dimenze, definované v rámci Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008, a to: bezpečnost a ochrana zdraví, odpovědnost vůči životnímu prostředí a odpovědnost vůči zainteresovaným skupinám.

Z důvodu posílení významu společenské odpovědnosti v ArcelorMittal Ostrava, a. s. se společnost rozhodla změnit od roku 2008 organizační strukturu orgánů zodpovědných za tuto oblast.

---

<sup>116</sup> ArcelorMittal Ostrava, a. s. Výroční zpráva [online]. [cit. 2010-02-08]. Dostupný z WWW: <[http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM\\_economicrep03\\_s3\\_cz.html](http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM_economicrep03_s3_cz.html)>.

<sup>117</sup> ArcelorMittal Ostrava, a. s. Domovské stránky [online]. [cit. 2010-02-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.arcelormittal.cz>>.

<sup>118</sup> ArcelorMittal Ostrava, a. s. Tiskové zprávy [online]. [cit. 2010-02-08]. Dostupný z WWW: <[http://www.arcelormittal.cz/AM\\_new\\_s1\\_cz.html](http://www.arcelormittal.cz/AM_new_s1_cz.html)>.

### 3.4 Komparace Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 s Reportingovým rámcem GRI

Tato kapitola praktické části je těžištěm celé diplomové práce. Je zaměřena na komunikaci v oblasti společenské odpovědnosti firem. Jelikož je komunikace v této oblasti prezentována širokým spektrem komunikačních kanálů, jak externích tak interních, vybrala jsem pro potřeby této práce takový, jenž je pro komunikaci CSR aktivit ten nejzásadnější, a to zprávu o udržitelném rozvoji.

ArcelorMittal Ostrava, a. s. si je vědoma, jak je proces předávání informací o vlastní CSR politice stakeholderům důležitý, a proto se rozhodla tyto informace prezentovat prostřednictvím necertifikovaného nefinančního ročního dokumentu, jenž pojmenovala jako **Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008** (dále jen Zpráva). Tato Zpráva existuje ve dvou vyhotoveních, v tištěné a elektronické verzi dostupné na domovských stránkách<sup>119</sup> a je vypracována ve dvou jazykových mutacích, v češtině a angličtině. Zpráva je rozhodujícím manažerským a komunikačním dokumentem, jenž poskytuje detailní přehled o firmě a jejím ekonomickém, sociálním a environmentálním dopadu na společnost. Stala se rovněž významným krokem směrem k transparentnímu komunikačnímu procesu. Tento dokument je prvním vydáním zprávy o udržitelném rozvoji ArcelorMittal Ostrava, a. s., která je hrdá na to, že tak udělala konkrétní krok k tomu, aby prokázala, že je skutečně odpovědným občanem. Jak Zpráva uvádí, udržitelnost má tři jasné dimenze: bezpečnost a ochrana zdraví, odpovědnost vůči životnímu prostředí a odpovědnost vůči zainteresovaným skupinám. Program udržitelnosti je kontrolován Komisí firemní odpovědnosti, kterou tvoří vrcholový management, odborové předáci a nezávislý zástupce zainteresovaných skupin, přičemž Komise předkládá svou zprávu představenstvu, které následně informuje dozorčí radu. Velkou výzvu pro firemní aktivity v oblasti udržitelnosti představuje ekonomická krize, jež zasáhla svět v roce 2008. Přestože je korporace nucena přehodnocovat priority svých investičních programů, i nadále věnuje finanční prostředky na důležité projekty, které se týkají především bezpečnosti a ochrany zdraví a životního prostředí.

Kompletní Zprávu mi poskytl specialista na firemní odpovědnost ArcelorMittal Ostrava, a. s., jakožto i další nezbytná data potřebná ke splnění cíle diplomové práce. Její českou verzi uvádím v Příloze 1.

---

<sup>119</sup> ArcelorMittal Ostrava, a. s. *Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008* [online]. [cit. 2010-02-10]. Dostupný z WWW: <[http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM\\_report2\\_s7\\_cz.html](http://www.arcelormittal.com/ostrava/AM_report2_s7_cz.html)>.



Cílem mé práce je komparace této Zprávy s Reportingovým rámcem GRI, jenž byl přeložen do češtiny, jako dokument nazvaný **Pokyny pro Sustainability Reporting** (také G3 Pokyny), společně s dokumenty Aplikační úrovně GRI a Protokoly ukazatelů. Tento do češtiny přeložený manuál uvádím v Příloze 2. V práci se zaměřím na to, jak by měla Zpráva dle G3 Pokynů vypadat, provedu analýzu, hodnocení a vyvodím z ní závěry. Konkrétní metodika, kterou jsem zvolila k realizaci stanoveného cíle, je pozorování a následné hodnocení sekundárních dat.

Pokyny pro Sustainability Reporting (dále jen Pokyny) se skládají ze Zásad a Pokynů pro reporting a Přehledu běžně zveřejňovaných informací, které mohou být buď v podobě ukazatelů výkonu nebo jiných údajů o reportující organizaci. V neposlední řadě obsahují pokyny týkající se konkrétních technických otázek spojených s reportingem. Protokoly ukazatelů jsou rozčleněny na indikátory Ekonomika; Ochrana životního prostředí; a Společnost. Společenské ukazatele jsou dále členěny na ukazatele Pracovní právní vztahy a důstojné pracovní podmínky, Lidská práva, Společnost a Odpovědnost za produkty. Pro každý tento indikátor tedy existuje zvláštní Protokol, avšak všechny tyto ukazatele výkonu jsou společně také součástí Pokynů. Zároveň s Pokyny by měly být používány Sektorové dodatky, které tyto Pokyny doplňují vysvětlivkami a návody, jak Pokyny aplikovat v určitém sektoru. Obsahují také zvláštní ukazatele výkonu pro příslušný sektor. Tyto Sektorové dodatky nenahrazují Pokyny! Jako nápověda při řešení konkrétních problémů v reportingu slouží Technické protokoly. Jsou vytvořeny tak, aby se daly použít společně s Pokyny a Sektorovými dodatky a pokrývají otázky, jenž nastanou v průběhu reportingového procesu.<sup>120</sup>

V následujícím textu se vyjádřím ke každému bodu a podbodu předepsaného směrnici GRI, jenž tvoří přehlednou strukturu a popisují informace, které by měly být obsaženy ve Zprávě o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008. Pro přehlednost informace v těchto bodech doložím buď ukázkou textu nebo odpovídajícím grafem či tabulkou ze Zprávy. I když Zpráva nesplňuje přesnou strukturu směrnice a mnoho údajů v ní zcela chybí, určité body a podbody, jenž GRI předepisuje, zahrnuje. Chybou některých z nich je buď neúplnost, nesprávné umístění nebo rozptýlenost v jiných kapitolách než směrnice předepisuje. Tyto skutečnosti komplikují splnění cíle, který jsem si stanovila a některé body lze v tomto případě jen stěží posoudit. I přesto tyto body neopomenou a pokusím se je zanalýzovat.

---

<sup>120</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.

Nicméně však, co se týče samotné přípravy zprávy o udržitelném rozvoji, jako externí pozorovatel nemohu zhodnotit, jak si ArcelorMittal Ostrava, a. s. počínala při svém reportingu, jelikož některé body v Pokynech vyžadují, aby firma uvedla, jak postupovala při sběru dat potřebných pro sestavení reportu a s ním spojenými okolnostmi, které firma musí dopředu zvážit. Určité body tudíž v tomto případě postrádají účel a nelze je v důsledku cíle této práce posuzovat. Jedná se převážně o první část Pokynů pro Sustainability Reporting, ve které uvádím zmíněné okolnosti.

### **3.4.1 1. část Pokynů – Zásady reportingu a Pokyny pro reporting**

Tato část Pokynů popisuje Zásady a Pokyny pro stanovení obsahu zprávy, zajištění kvality publikovaných informací a stanovení limitů/hranic zprávy. Pokyny pro reporting slouží jako pomocný nástroj při stanovení obsahu a limitů/hranic zprávy a Zásady reportingu pomáhají organizacím učinit některá důležitá rozhodnutí o tom, jak zprávu připravit. Každá ze zásad sestává z definice, vysvětlení a sady testů, s jejichž pomocí může organizace vyhodnotit, jak se zásadami pracuje.<sup>121</sup>

Jelikož je tato část určena firmám jako základní vodítko pro stanovení obsahu, limitů a kvality zprávy, pro shromažďování a interpretaci informací a podává návod, jak dělat nezbytná rozhodnutí v průběhu reportingu, nelze tuto část, jak jsem výše vysvětlila, v rámci mé práce posuzovat. Nemohu určit,

- jak korporace postupovala při sběru dat, získávání informací a zda je prezentace těchto informací pro ni přiměřená a vhodná,
- co vedlo korporaci k tomu stanovit právě takový „rozsah“, tedy rozmezí témat udržitelného rozvoje a obsažených ve Zprávě a rozmezí organizačních jednotek, jejichž výsledky Zpráva popisuje (mateřský koncern i dceřiná korporace),
- zda korporace přihlédla ke kombinaci interních a externích faktorů, včetně faktorů, jako je celková mise a konkurenční strategie, obavy vyjádřené stakeholdery, společenská očekávání apod., které jsou důležité pro posouzení, zda jsou konkrétní informace ve Zprávě významné,

---

<sup>121</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.

- zda korporace zvážila přiměřená očekávání a zájmy široké škály zainteresovaných skupin, protože se může setkat s protichůdnými názory nebo odlišnými očekáváními svých stakeholderů a musí být schopna vysvětlit, jak mezi nimi volila při rozhodování o podobě připravované Zprávy,
- zda korporace zvážila poskytnutí celkového kontextu, který by čtenářům Zprávy umožnil porozumět faktorům ovlivňujícím rozdíly ve výkonech různých firem,
- zda informace a data ve Zprávě jsou podporována vnitřními nařízeními nebo dokumentací přístupnou i jiným osobám než těm, kdo Zprávu připravovali,
- zda by korporace chtěla v budoucnu přispívat ke zlepšení nebo zhoršení ekonomických, environmentálních a společenských podmínek atd.

Tyto okolnosti se týkají zásad závažnosti, zapojení zainteresovaných skupin, kontextu udržitelného rozvoje, úplnosti, vyváženosti, porovnatelnosti, přesnosti, aktuálnosti, spolehlivosti a jednoznačnosti, což jsou hlavní principy, kterým se věnuje tato část Pokynů.

### **3.4.2 2. část Pokynů – Běžně zveřejňované informace**

Tato část Pokynů podrobně popisuje základní informace, které by měly být součástí každé zprávy o udržitelném rozvoji s přihlédnutím k první části tohoto návodu. Jde o údaje důležité pro většinu organizací a zajímavé pro většinu zainteresovaných skupin. Organizace si mohou zvolit jiný formát své zprávy, jenž se týká této části, organizacím se však doporučuje, aby se jejich zprávy touto strukturou řídily. Popisuje celkem tři druhy informací, a to:

- **Profil:** Informace, které zasazují výsledky organizace do kontextu. Patří zde strategie a analýza, profil organizace, parametry zprávy a struktura řízení, závazky k externím iniciativám a zapojení.
- **Manažerský přístup:** Údaje o přístupu organizace k vybrané skupině témat za účelem poskytnutí kontextu pro porozumění výsledkům společnosti v konkrétní oblasti.
- **Výkonnostní ukazatele/ indikátory:** Ukazatele, které produkují porovnatelné údaje o výsledcích reportující organizace ve všech strategických oblastech CSR.<sup>122</sup>

<sup>122</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A39739334E7E895E9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalilitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A39739334E7E895E9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalilitytextcesky.pdf)>.

### 1 Strategie a analýza

Cílem této části je poskytnout rozhodující pohled na to, jaký má organizace postoj k udržitelnému rozvoji a to především co se týče strategických témat, spíše než aby pouze shrnovala obsah zprávy. Tuto část tvoří Prohlášení v bodě 1.1 a Stručný úvod v bodě 1.2.

#### 1.1 Prohlášení nejvýše postavené osoby odpovědné za rozhodnutí přijatá společností k významnosti, kterou má problematika udržitelnosti pro organizaci a pro její strategii.

Toto Prohlášení je ve Zprávě prezentováno jako Úvodního slovo generálního ředitele a předsedy představenstva, které se rozporuplně – dle samotného názvu, nenachází na úvodní straně Zprávy, nýbrž na straně 6, až po charakteristice Profilu společnosti. Prohlášení by mělo předložit celkovou vizi a strategii pro krátké, středně dlouhé i dlouhé období. Úvodní slovo generálního ředitele předkládá vizi pouze pro krátké období. Konkrétně se jí věnuje téma Vize pro rok 2009, ve kterém generální ředitel oznamuje, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Společnost ArcelorMittal Ostrava je odhodlána stát se nejlepší firmou v oblasti hutnictví v České republice. V roce 2008 jsme najali nezávislou společnost PriceWaterhouse Coopers, aby systematicky posoudila rozdíl mezi našimi ambicemi v oblasti udržitelnosti a tím, jak nás vnímají zainteresované skupiny. Doporučení této studie jsou implementována v roce 2009.*

*Motivace zaměstnanců a oceňování lidí je nedílnou součástí vize naší organizace. V roce 2008 jsme pod vedením konzultantů Hewitt Associates provedli průzkum motivovanosti našich zaměstnanců. Na základě tohoto průzkumu iniciujeme vhodná opatření, která by měla jejich motivovanost zlepšit.“*

Chybí zde celková vize, tedy společně s krátkodobým také vize středně dlouhého (3-5 let) i dlouhého období (5 a více let). Vztah této krátkodobé vize ke klíčovým výzvám spojeným s působením korporace ve společenské a environmentální oblasti je zde výstižně objasněn v tématech týkajících se sociální oblasti a oblasti životního prostředí. Téma ekonomické oblasti zcela chybí.

Prohlášení by mělo obsahovat:

- **Strategické priority a klíčová témata vzhledem k udržitelnému rozvoji;**

Prohlášení generálního ředitele tvoří tři klíčová témata týkající se udržitelného rozvoje: Bezpečnost a ochrana zdraví, Odpovědnost vůči životnímu prostředí a Spolupráce se zainteresovanými skupinami. Jak generální ředitel v Prohlášení uvádí, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Bezpečnost a ochrana zdraví je pro nás prioritou číslo jedna, což je reflektováno i v naší organizační struktuře.“*

Podrobněji se o strategických prioritách dočteme ve Zprávě v kapitole Naše priority na straně 9. Vedle obvyklých ekonomických záměrů patří mezi strategické priority rovněž cíle, které jsou jednoznačně zaměřeny ve prospěch celé společnosti, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 9):

*„Jde například o maximální ochranu životního prostředí, sociální prospěšnost či posilování vlivu na zdravý rozvoj komunity.“*

Dlouhodobé priority korporace směřují především do oblasti životního prostředí, jak jsem se dočetla v kapitole Vyrábíme trvale udržitelnou ocel, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 12) :

*„ArcelorMittal Ostrava považuje ochranu životního prostředí za svou prioritu. Od roku 1990 společnost do ekologických projektů investovala přes 6 miliard korun, z toho téměř 1 miliardu korun v posledních dvou letech.“*

- **Širší trendy ovlivňující organizaci a její priority v oblasti udržitelného rozvoje;**

Tento bod je v Prohlášení dostatečně propracován. Všimla jsem si, že informace o trendech společnosti, nalezneme ve všech třech zmiňovaných tématech. Kupříkladu téma Bezpečnost a ochrana zdraví, které je prioritou číslo jedna, se zmiňuje o zavedení systému identifikace nováčků ve společnosti vybavením oranžovými helmami, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Je to indikátor, který automaticky zajistí vysokou míru podpory a dohledu ze strany zkušenějších kolegů na pracovišti.“*

Taktéž v tématu Spolupráce se zainteresovanými skupinami se hovoří o podpoře kulturních akcí, vzdělávání dětí a podpory postiženým občanům, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Jsme velice ochotným partnerem v podpoře kulturních akcí, které jsou silně spojené s bohatou tradicí Moravskoslezského kraje. Velmi rádi se zapojujeme do projektů, které se týkají vzdělávání dětí a pomoci postiženým občanům.“*

Významným trendem v tématu Odpovědnosti vůči životnímu prostředí je informace o zavedení nepřetržité bezplatné Zelené linky či vytvoření pozice ředitele pro životní prostředí, která je pro ČR významná z důvodu jedinečnosti, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Jsme toho názoru, že patříme mezi nemnoho společností v České republice a jsme snad jedinou společností v Moravskoslezském kraji, která vytvořila ve své organizační struktuře tuto pozici pro životní prostředí.“*

- **Klíčové události, úspěchy a neúspěchy, k nimž došlo v průběhu sledovaného období;**

Tyto události jsou v Prohlášení uvedeny v obou svých protikladech, v podobě úspěchů či zlepšení u všech tématických okruhů, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Úrazová četnost se po privatizaci společnosti výrazně zlepšila... Do konce roku 2008 jsme vysázeli 680 stromů... Naše webové stránky firemní odpovědnosti byly zprovozněny v průběhu hodnoceného roku.“*

A také v podobě nezdarů:

*„Bohužel v našem odvětví zatím stále dochází ke smrtelným úrazům: přestože v roce 2007 jsme neměli žádný smrtelný úraz, v roce 2008 jsme jeden zaznamenali.“*

- **Názory na výkon organizace ve vztahu k jejím cílům;**

Své názory generální ředitel sděluje u všech tématických okruhů Prohlášení. Nejvyšším zájmem korporace je pracovat bez smrtelných a vážných úrazů a zlepšovat úrazovou četnost, tudíž dochází k zavádění různých opatření a programů ke snižování úrazů,

citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Nastartovali jsme velmi ambiciózní program Cesta k nulové úrazovosti, jehož cílem je práce bez absenčních úrazů.“*

Četnost absenčních úrazů a zameškaných dnů je graficky znázorněn na straně č. 23 v kapitole Investujeme do našich zaměstnanců. V elektronické podobě jsou však tyto grafy nečitelné.

Co se týče tématu Odpovědnost vůči životnímu prostředí, pak, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Závazek naší společnosti vůči životnímu prostředí je jasně vidět i v tom, že jsme vytvořili pozici ředitele pro životní prostředí, který má neomezené pravomoci, aby zajistil plnění všech ekologických limitů. Během roku 2008 jsme také zavedli bezplatnou Zelenou linku a zahájili jsme několik dlouhodobých a krátkodobých projektů, které přispějí ke snížení emisí prachu a CO<sub>2</sub>. Iniciativy vedoucí ke snižování naší ekologické stopy sahají dokonce do oblastí mimo naše výrobní zařízení: zavázali jsme se, že do června 2009 vysadíme 1111 stromů. Do konce roku jsme jich vysázeli 680. Celý závazek jsme pak splnili v předstihu již v květnu 2009“*

Pokud hovoříme o tématu Spolupráce se zainteresovanými skupinami, pak rok 2008 byl pro korporaci přelomový v míře intenzity a kvality komunikace a spolupráce se stakeholdery, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„V průběhu roku jsme ustanovili čtvrtletní schůzky se starosty okolních obvodů a účastnili se několika zasedání jejich zastupitelstev. Pozvali jsme také občany, zástupce regionálních úřadů a zainteresovaných skupin na návštěvu našeho podniku, aby se mohli sami přesvědčit o našich iniciativách směřujících k udržitelnosti.“*

Kromě Prohlášení jsou názory na výkon korporace ve vztahu k jejím cílům rozvedeny v kapitolách, které se zvláště věnují každé oblasti udržitelného rozvoje. Těmto se budu věnovat níže (Popis významných dopadů a vlivů na udržitelný rozvoj).

- **Pohled na hlavní cíle a výzvy, které před organizací stojí v následujícím roce a na cíle pro dalších 3-5 let;**

Hlavními cíli a výzvami v následujícím roce se v Prohlášení věnuje téma Vize pro rok 2009, avšak pohled na hlavní cíle ve středně dlouhém a dlouhém období v něm zcela schází. Jakékoliv informace o korporaci a jejích cílech, ať už krátkodobých či dlouhodobých, nalezneme v kapitole Naše priority, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 10):

*„Dlouhodobým cílem společnosti je, aby z její přítomnosti na Ostravsku profitovali všichni zúčastnění – tedy nejen akcionáři, ale i obchodní partneři, zaměstnanci, okolní obce, místní sdružení a spolky, region i Česká republika.“*

V úvodu Zprávy nalezneme dva odstavce, ve kterých firma oznamuje své přesvědčení o své odpovědnosti k regionu i k lidem včetně zaměstnanců a dále specifikuje svůj cíl, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 2):

*„Naším cílem je stát se společností obdivovanou. Abychom toho dosáhli, vytvořili jsme vizi firemní odpovědnosti. Chceme se stát společností uznávanou a obdivovanou jak v regionu, tak i v celé zemi...“*

Dále se o cílech hovoří v kapitolách, které se zvláště věnují každé oblasti udržitelného rozvoje. Jak jsem již výše uvedla, udržitelnost má tři jasné dimenze, a to bezpečnost a ochrana zdraví, odpovědnost vůči životnímu prostředí a odpovědnost vůči zainteresovaným stranám. Oblastí životního prostředí se zabývá kapitola Vyrábíme trvale udržitelnou ocel, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 12):

*„Naším cílem je vyrábět ocel trvale udržitelným způsobem. Dlouhodobým cílem společnosti je minimalizovat dopady vlastní činnosti na prostředí, ve kterém působí.“*

V sociální oblasti, které se věnuje kapitola Investujeme do našich zaměstnanců, je cílem korporace stát se nejlepším zaměstnavatelem, což znamená zajistit nulovou nebo alespoň minimální úrazovost, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 24), viz následující strana.



*„Skupina ArcelorMittal dělá vše proto, aby se stala nejbezpečnější ocelářskou společností na světě. Ochrana zdraví a bezpečnost při práci patří k nejvyšším prioritám i v Ostravě. Naším cílem je dosáhnout toho, aby počet závažných a smrtelných pracovních úrazů byl nulový a abychom zcela zamezili ostatním pracovním úrazům nebo je minimalizovali.“*

Cílem korporace je stát se rovněž kulturním vůdcem regionu a zodpovědným sousedem, což znamená zintenzivnit a zkvalitnit komunikaci a aktivní spolupráci se zainteresovanými skupinami. Touto oblastí se zabývá kapitola Obohacujeme místní komunitu, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 25):

*„Chtěli bychom přispět k rozvoji silné a trvale udržitelné místní společnosti, proto jsme vnímaví k potřebám našeho okolí a snažíme se o aktivní partnerství s místními organizacemi a samosprávou.“*

- **Další záležitosti týkající se strategického přístupu organizace.**

Strategický přístup korporace viz bod Strategické priority a klíčová témata.

## **1.2 Stručný úvod – popis hlavních dopadů, rizik a příležitostí, které by měla společnost do Zprávy zahrnout ve formě dvou stručných textových částí.**

Celý výše definovaný Stručný úvod ve Zprávě chybí. V úvodu Zprávy se nachází pár řádků o korporaci a její odpovědnosti, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 2):

*„Plně si uvědomujeme naši odpovědnost k regionu, ve kterém provozujeme naši činnost, i k lidem, kteří v tomto regionu žijí včetně našich zaměstnanců. Firemní odpovědností nazýváme zjednodušeně to; jak děláme to, co děláme.“*

Na opačné straně (vnitřní strana přední vazby Zprávy – strana 1) nalezneme informace o názvu společnosti, její adrese a datu vzniku společnosti, kontakt a obsah Zprávy. Pokud je Stručným úvodem myšleno Úvodní slovo generálního ředitele, mělo by se nacházet na úvodní straně Zprávy. I to by však mělo být doplněno o popis významných dopadů a vlivů na udržitelný rozvoj korporace a dalších skutečností vymezených tímto bodem. I přes absenci Stručného úvodu, tyto skutečnosti ve Zprávě nalezneme, a to ve zbývajících kapitolách věnovaných strategickým oblastem CSR. Tato fakta se budu snažit průběžně rozebrat.

První část úvodu by se měla zaměřit na klíčové dopady a vlivy činností reportující organizace na trvalý rozvoj a důsledky těchto dopadů pro stakeholdery. Tato první část textu by měla obsahovat:

- **Popis významných dopadů a vlivů na udržitelný rozvoj v důsledku činností reportující organizace a na výzvy a příležitosti, které jsou s tím spojené;**

Zvlášť vytvořená kapitola ve Zprávě se konkrétním dopadům a vlivům na udržitelný rozvoj v rámci činností korporace nevěnuje. Tyto informace nalezneme v kapitolách, které se zvlášť věnují každé oblasti udržitelného rozvoje. Jak jsem výše uvedla, jedná se o kapitoly Vyrábíme trvale udržitelnou ocel od strany 12, Investujeme do našich zaměstnanců od strany 18 a Obohacujeme místní komunitu od strany 25.

Navíc informace o příležitostech společnosti nalezneme také u všech čtyř témat Prohlášení generálního ředitele. Kupříkladu, dobrá příležitost k tomu, aby stakeholdeři byli aktuálně informováni a vzrostlo jejich povědomí o činnostech korporace, je pravidelné vydávání přehledu zpráv firemní odpovědnosti, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Začali jsme vydávat bulletin firemní odpovědnosti, aby zainteresované skupiny a instituce byly plně a aktuálně informovány o aktivitách společnosti.“*

Z oblasti životního prostředí je další skvělou příležitostí ke snížení emisí prachu a CO<sub>2</sub> zahájení několika dlouhodobých a krátkodobých projektů, jenž se na tuto problematiku zaměřují. Pokud hovoříme o zaměstnancích společnosti, velmi ambiciózním programem je Cesta k nulové úrazovosti, který je dobrou příležitostí k tomu stát se skutečně zodpovědným zaměstnavatelem, pro něhož je zdraví zaměstnanců na prvním místě. Na tyto skutečnosti jsem již výše upozornila.

Jednou z vizí společnosti je stát se nejlepší firmou v oblasti hutnictví v ČR, a proto dobrou příležitostí k naplnění této vize je systematicky posoudit rozdíl mezi ambicemi společnosti v oblasti udržitelného rozvoje a tím, jak společnost vnímají stakeholdeři. Z tohoto důvodu společnost v roce 2008 najala společnost PriceWaterhouse Coopers, aby tyto rozdíly zhodnotila. Více v bodě 1.1, v podbodě Názory na výkon organizace ve vztahu k jejím cílům.

- **Objasnění přístupu organizace k prioritizaci těchto výzev a příležitostí;**

Jak jsem výše zdůraznila, firma uvádí, že na prvním místě je bezpečnost a ochrana zdraví zaměstnanců, tudíž příležitosti z této oblasti jsou upřednostňovány před ostatními, jež jsem výše zmiňovala. O této prioritizaci hovoří generální ředitel v svém Prohlášení, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 6):

*„Bezpečnost a ochrana zdraví je pro nás prioritou číslo jedna...“*

- **Klíčové závěry o postupech při řešení těchto otázek a s tím související výsledky reportující organizace ve sledovaném období;**

Náznak řešení otázek týkajících se příležitostí a dopadů činností korporace v oblasti udržitelného rozvoje a s tím související výsledky nalezneme, jak jsem již výše uvedla, v samostatných kapitolách věnovaných životnímu prostředí, zaměstnancům a místní komunitě. Výsledky jsou prezentovány převážně v podobě grafů.

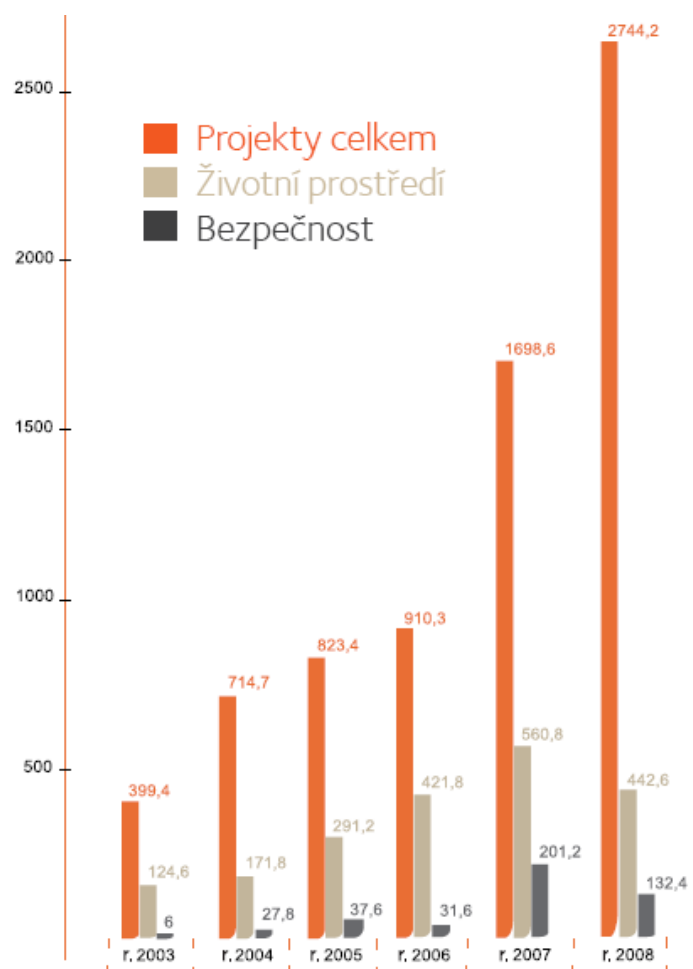
Největší pozornost je v tomto případě věnována oblasti životního prostředí, kde jsou dopady na udržitelný rozvoj v důsledku činností korporace největší. Jak jsem se dočetla na straně 12 v kapitole Vyrábíme trvale udržitelnou ocel, závažným a tím nejdůležitějším problémem jsou imise tuhých znečišťujících látek, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 12):

*„V rámci toho na počátku devadesátých let směřovalo do ekologie až 30 % veškerých investic. I díky nim se podařilo v letech 1992 – 2000 snížit objem tuhých emisí více než pětinásobně.“*

Korporace rovněž zvýšila frekvenci čištění komunikací a zařízení a rovněž investovala do opatření, která snižují fugitivní emise, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 13):

*„Hlavním cílem této investice je snížení emise prachu, které vznikají při výrobě aglomerátu, na minimální úroveň.“*

Graf 1.2 I. ArcelorMittal Ostrava – Investice 2003 – 2008<sup>123</sup>



O dalších činnostech korporace, jejich dopadech na životní prostředí a jejich investicích, se dočteme v téže kapitole u témat Ochrana povrchových a podzemních vod na straně 15 a Odpady na straně 17.

Co se týče sociální oblasti, pak se o činnostech korporace dočteme v kapitole Obohacujeme místní komunitu od strany 25, ve které se převážně hovoří o nově zřízené Nadaci ArcelorMittal v Lucemburku, jež podporuje celou řadu aktivit a projektů sportovních, kulturních, osvětově-vzdělávacích nebo ekologických.

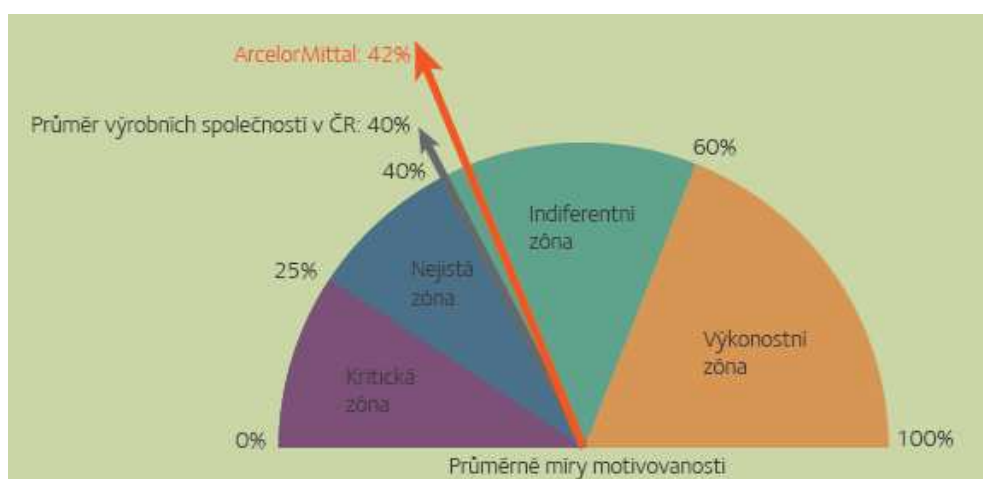
<sup>123</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008, 1. vyd., 2009, s. 12.

Důležitý projekt, který stojí za zmínku, je citován ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 27):

*„Hlavním komunitním projektem pro snížení dopadů na životní prostředí byla akce „Ty vyhod’ kelímek... My zasadíme strom, spojená s hudebním festivalem Colours of Ostrava.“*

Další výsledky a ukázkové grafy v rámci činností korporace nalezneme v kapitole Investujeme do našich zaměstnanců. V roce 2007 byl uspořádán průzkum motivovanosti a spokojenosti ve spolupráci s firmou Hewitt Associates. Výsledky demonstruje následující graf 1.2 II.

**Graf 1.2 II. Průzkum motivovanosti a spokojenosti Hewitt Associates<sup>124</sup>**



V důsledku zavádění nejrůznějších programů a opatření ke zvýšení bezpečnosti zaměstnanců došlo ke snižování absenčních úrazů a úrazová četnost se po privatizaci společnosti výrazně zlepšila. Četnost absenčních úrazů a zameškaných dnů je graficky znázorněna na straně 23. V elektronické podobě jsou však tyto grafy nečitelné.

<sup>124</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008, 1. vyd., 2009, s. 19.

- **Popis hlavních procesů zavedených za účelem řešení problémů v oblasti výkonu a/nebo zavedených změn.**

Hlavní procesy jsou spojeny s výkonem firmy a jejím dopadu na udržitelný rozvoj, viz předchozí body, tudíž informace týkající se procesů, jenž byly zavedeny v důsledku činností společnosti za účelem řešení problémů v oblasti udržitelného rozvoje, jsou popsány, jak jsem již uvedla, ve všech strategických oblastech.

Stěžejním tématem, kterému musí společnost věnovat nepřetržitou pozornost, je životní prostředí. Problémů, jenž si vybudovala v této oblasti v důsledku své podnikatelské činnosti, se věnuje skutečně intenzivně. Jak jsem již naznačila, důkazem je například rekonstrukce stávajícího odprašování spékacích pásů aglomerace, kdy cílem této investice je snížení emisí prachu, což je zásadním problémem společnosti ve vztahu k ostravskému regionu.

Druhá textová část by se měla zaměřit na dopad trendů, hrozeb a příležitostí udržitelného rozvoje na dlouhodobé vyhlídky a finanční výsledky organizace. Co by tato textová část měla obsahovat, uvedu v následujícím textu.

- **Popis nejdůležitějších rizik a příležitostí pro reportující organizaci, které vyplývají z trendů udržitelného rozvoje;**

Co se týče informací o trendech a příležitostech, pak tyto v Prohlášení generálního ředitele nalezneme, viz body věnující se trendům a příležitostem, avšak neřeší tyto skutečnosti z dlouhodobého pohledu a chybí charakteristika rizik, jenž jsou důsledkem trendů pro reportující korporaci. Více o popisu rizik v bodě Stručný popis řídicích mechanismů, jejichž účelem je řídit rizika a příležitosti, a dále popis ostatních, pro organizaci významných hrozeb a příležitostí, viz také bod 4. 11 Vysvětlete, zda a jak organizace uplatňuje princip obezřetnosti.

- **Klíč pro vyhodnocení témat udržitelného rozvoje, která mohou být vyhodnocena dle jejich významu pro strategii organizace, pro pozici vzhledem ke konkurenci a dle kvalitativních i kvantitativních faktorů, jenž podmiňují finanční hodnoty;**

Témata udržitelného rozvoje jsou tři, oblast životního prostředí a sociální oblast věnovaná zaměstnancům a místní komunitě. Tyto tři kapitoly tvoří převážnou část celé Zprávy. Dlouhodobá strategie v rámci těchto klíčových témat není přesně objasněna, avšak je naznačena, jak jsem již výše uvedla, ve všech strategických oblastech, viz bod Popis hlavních procesů zavedených za účelem řešení problémů v oblasti výkonu a/nebo zavedených změn.

- **Tabulka, která shrnuje:**
  - **Cíle, výsledky vzhledem k cílům, poučení z právě hodnoceného časového období;**
  - **Cíle pro další sledované období a střednědobé cíle vzhledem k hrozbám a příležitostem.**

Na co jsem již několikrát upozorňovala, je pohled na středně dlouhé cíle, které v Prohlášení zcela chybí. Rovněž tabulka shrnující cíle a výsledky zcela chybí. Jednotlivé cíle jsou popsány ve volně psaném textu v kapitolách, které se zvláště věnují každé oblasti udržitelného rozvoje a výsledky jsou prezentovány převážně graficky. Více o cílech v bodě Pohled na hlavní cíle a výzvy, které před organizací stojí v následujícím roce a na cíle pro dalších 3-5 let a v bodě Názory na výkon organizace ve vztahu k jejím cílům.

- **Stručný popis řídicích mechanismů, jejichž účelem je řídit rizika a příležitosti, a dále popis ostatních, pro organizaci významných hrozeb a příležitostí.**

Rizika a významné hrozby jsou spojeny především s oblastí životního prostředí (znečištění ovzduší). Popis významných hrozeb v této oblasti nalezneme v kapitole Vyrábíme trvale udržitelnou ocel od strany 12 (popis příležitostí je rozebrán ve výše definovaných bodech). O systému řízení rizik, viz také bod Vysvětlete, zda a jak organizace uplatňuje princip obezřetnosti, hovoří v Profilu společnosti viceprezident pro Firemní odpovědnost skupiny ArcelorMittal, avšak bližší informace o této skutečnosti ve svém vyjádření nesdíljuje citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 3):

*„V současnosti se zaměřujeme na řízení rizik, ale postupně budeme schopni vytvářet ještě větší přidanou hodnotu pro naši firmu.“*

## 2 Profil organizace

Profil organizace poskytuje základní informace o firmě, jež jsou v Pokynech sestupně seřazeny a tvoří přehlednou strukturu. Ve Zprávě se Profil společnosti nachází na straně 3-5 před Úvodním slovem generálního ředitele. Organizace musí rozhodnout, a na to je kladen velký důraz, jaké organizační jednotky a jejich výsledky budou ve zprávě zahrnuty. Úvod Profilu společnosti je věnován informacím o mateřském koncernu ArcelorMittal. Tento Profil není stylizován strukturálně, ale v podobě klasického textu rozmístěného na třech stranách Zprávy včetně vyjádření viceprezidenta pro Firemní odpovědnost skupiny ArcelorMittal, jehož bezmála jedna poslední věta se týká dceřiné korporace ArcelorMittal Ostrava, a. s. Té je věnována větší pozornost na poslední straně Profilu, kde nalezneme také tabulku dceřiných společností ArcelorMittal Ostrava, a. s.

### 2.1 Jméno organizace.

Jméno organizace je v Profilu společnosti uvedeno, tedy ArcelorMittal Ostrava, a. s.

### 2.2 Hlavní značky, produkty a/nebo služby.

Korporace v Profilu poukázala na povahu své role při poskytování produktů a služeb představením širokého portfolia činností a mateřský koncern navíc působením na významných světových trzích. Další informace týkající se výroby a produktů společnosti se nachází v kapitole Výrobní program včetně schématického znázornění uzavřeného hutního cyklu, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 7):

*„ArcelorMittal Ostrava se zaměřuje především na výrobu a zpracování oceli. Největší podíl hutní výroby tvoří dlouhé a ploché válcované výrobky. Strojírenská výroba produkuje z největší části důlní výztuže a silniční svodidla. Servis a obslužné činnosti jsou v převážné míře zajišťovány vlastními obslužnými závody. Jsme největším dodavatelem širokého sortimentu výrobků. Našimi zákazníky jsou firmy podnikající zejména ve stavebnictví, těžebním průmyslu, strojírenství, dopravě, energetice a přepravě médií produktovody.“*



### **2.3 Provozní struktura organizace.**

Provozní struktura firmy není dostatečně propracována. Na straně 11 v kapitole Transparentní řízení je znázorněno schéma struktury Komise firemní odpovědnosti – viz bod 4.1. Na poslední straně Profilu společnosti je uvedena tabulka dceřiných společností s rozhodujícím vlastnickým vlivem ArcelorMittal Ostrava, a. s. – viz bod 2.6. V Profilu společnosti by měla být znázorněna celá provozní struktura včetně hlavních divizí, provozních sítí, dceřiných společností, popř. společných podniků.

### **2.4 Umístění sídla organizace.**

Informace o umístění sídla společnosti se nachází na vnitřní straně přední vazby Zprávy – strana 1.

### **2.5 Počet a jména zemí, kde organizace provozuje činnost.**

Jak jsem se na straně 5 v Profilu firmy dočetla, společnost provozuje svou činnost na území jednoho státu – České republiky a je největším vývozcem hutního materiálu z ČR. Informaci o tom, že společnost vyváží přes polovinu své produkce do více než 80 zemí světa, nalezneme v kapitole Výrobní program, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 7):

*„Ročně vyrobíme přes 3 milióny tun oceli, exportujeme zhruba 60 % produkce do více než 80 zemí celého světa.“*

Pokud hovoříme o mateřském koncernu, pak je v Profilu společnosti uvedena informace o počtu zemí, v nichž má koncern své závody – je jich více než 60, avšak jména zemí, ve kterých jsou umístěny hlavní provozy, zcela chybí. Je zde akorát zmínka o tom, na jakých světových trzích koncern ArcelorMittal zaujímá vedoucí postavení.

### **2.6 Povaha vlastnictví a právní forma.**

Právní forma je uvedena za jménem korporace – ArcelorMittal Ostrava, a. s. – akciová společnost. Pokud hovoříme o podílové struktuře dceřiných společností s rozhodujícím vlastnickým vlivem ArcelorMittittal Ostrava, a. s. za rok 2008, pak tyto informace nalezneme ve stejnojmenné tabulce v závěru Profilu společnosti. Tuto tabulku uvádím na následující straně.

**Tab. 2.6 Dceřiné společnosti s rozhodujícím vlastnickým vlivem ArcelorMittal Ostrava, a. s.<sup>125</sup>**

DCEŘINÉ SPOLEČNOSTI s rozhodujícím vlastnickým vlivem ArcelorMittal Ostrava a.s.			31.12.2008
Název společnosti :	Podíl ArcelorMittal Ostrava a.s.		Základní kapitál
	(%)	(v TKč)	(v TKč)
NOVÁ HUŤ – Projekce, spol. s r.o.	100	100	100
NOVÁ HUŤ – OSTRAHA, spol. s r.o.	100	100	100
Hoteltrans s.r.o.	100	114 814	114 814
ArcelorMittal Frýdek-Místek a.s.	100	688 241	688 241
ArcelorMittal Tubular Products Karviná a.s.	100	602 000	602 000
ArcelorMittal Tubular Products Ostrava a.s.	100	7 496 000	7 496 000
NOVÁ HUŤ HUNGÁRIA Rt. (v konkurzu)	60	1 213	2 022
Mezisoučet		8 902 469	8 903 277

## 2.7 Trhy, kde organizace působí.

Jak jsem již výše uvedla, korporace působí na českém trhu v oblasti ocelářského průmyslu, přičemž svou produkci vyváží do řady dalších zemí. Co se týče skupiny ArcelorMittal, pak je v Profilu výčet jednotlivých trhů omezený pouze na informaci, že koncern zaujímá vedoucí postavení, kromě ocelářského průmyslu, také na trhu automobilovém, stavebním, s domácími spotřebiči, balicí technikou a v oblasti výzkumu a vývoje. Chybí zde geografické členění, relevantní tržní sektory a informace o typu zákazníků.

## 2.8 Velikost vykazující organizace včetně:

- **Počtu zaměstnanců;**

Celkový počet zaměstnanců je v Profilu společnosti nesrozumitelně vyjádřen ve finanční hodnotě, jelikož je tato informace uvedena v tabulce Ekonomické ukazatele v Mil. Kč. Finanční tabulka reflektuje hodnoty majetku a závazků, jež jsou odrazem podnikatelské činnosti společnosti za rok 2008. Na konci roku 2008 činil konečný stav zaměstnanců 7 460, jak uvádí následující tabulka.

<sup>125</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. *Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008*, 1. vyd., 2009, s. 5.

**Tab. 2.8 I. Ekonomické ukazatele [Mil. Kč] 2008 – Počet zaměstnanců<sup>126</sup>**

Ekonomické ukazatele	Mil. Kč
Celkové tržby	47 169
EBITDA	8 390
EBIT/Provozní hospodářský výsledek	6 064
Hrubé investice (nárůst majetku)	2 745
Konečný stav zaměstnanců	7 460
Průměrný stav zaměstnanců	7 498
Daň splatná + odložená	3 265
Dary	28
Fixní náklady	5 716
Aktiva	67 470
Vlastní kapitál	52 883
Ostatní pasiva	14 587

- Čistých prodeju;**

Informace o čistých prodeích společnosti je rovněž uvedena ve finanční tabulce jako „celkové tržby“, jež v roce 2008 vykazovaly hodnotu 47 169 Mil. Kč.

**Tab. 2.8 II. Ekonomické ukazatele [Mil. Kč] 2008 – Celkové tržby<sup>127</sup>**

Ekonomické ukazatele	Mil. Kč
Celkové tržby	47 169
EBITDA	8 390
EBIT/Provozní hospodářský výsledek	6 064
Hrubé investice (nárůst majetku)	2 745
Konečný stav zaměstnanců	7 460
Průměrný stav zaměstnanců	7 498
Daň splatná + odložená	3 265
Dary	28
Fixní náklady	5 716
Aktiva	67 470
Vlastní kapitál	52 883
Ostatní pasiva	14 587

<sup>126</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. *Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008*, 1. vyd., 2009, s. 5.

<sup>127</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. *Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008*, 1. vyd., 2009, s. 5.

- **Celkové kapitalizace rozdělené na dluhy a majetek;**

Taktéž hodnoty aktiv i pasiv jsou v tabulce uvedeny a činí 67 470 aktiva, 52 883 vlastní kapitál a 14 587 ostatní pasiva.

**Tab. 2.8 III. Ekonomické ukazatele [Mil. Kč] 2008 – Aktiva/Pasiva<sup>128</sup>**

Ekonomické ukazatele	Mil. Kč
Celkové tržby	47 169
EBITDA	8 390
EBIT/Provozní hospodářský výsledek	6 064
Hrubé investice (nárůst majetku)	2 745
Konečný stav zaměstnanců	7 460
Průměrný stav zaměstnanců	7 498
Daň splatná + odložená	3 265
Dary	28
Fixní náklady	5 716
Aktiva	67 470
Vlastní kapitál	52 883
Ostatní pasiva	14 587

- **Množství/objem vyráběných produktů nebo poskytovaných služeb;**

Tento údaj je v Profilu společnosti objasněn. Firma v roce 2008 vyrobila 2,62 mil. tun oceli, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 5):

*„ArcelorMittal Ostrava se zaměřuje především na výrobu a zpracování oceli. V roce 2008 vyrobila společnost 2,62 mil. tun oceli. Největší podíl hutní výroby tvoří dlouhé a ploché válcované výrobky.“*

Kromě výše uvedených údajů se organizací doporučuje dle potřeby uvést další dodatečné údaje, které uvádím dále.

<sup>128</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008, 1. vyd., 2009, s. 5.

- **Celková aktiva;**

Informace o celkových aktivech viz bod Celkové kapitalizace rozdělené na dluhy a majetek.

- **Nominální vlastnictví;**

Otázka nominálního vlastnictví viz bod Povaha vlastnictví a právní forma.

- **Přehled následujících faktorů dle zemí/regionů:**

- **Prodeje/tržby představující 5 nebo více procent z celkových tržeb organizace, členěno dle zemí/regionů;**
- **Náklady představující 5 nebo více procent celkových nákladů organizace, členěno dle zemí/regionů;**
- **Počet zaměstnanců.**

Informace o tržbách, nákladech a počtu zaměstnanců je uvedena v tabulce Ekonomické ukazatele [Mil. Kč], avšak nezabíhá do výše uvedených detailů.

## **2.9 Významné změny, k nimž došlo v průběhu vykazovaného období z hlediska velikosti, struktury a vlastnictví, včetně:**

Na významné změny z hlediska velikosti, firma ve svém Profilu nepoukázala. Co se týče struktury, pak z důvodu posílení významu firemní odpovědnosti se korporace rozhodla změnit od roku 2008 organizační strukturu orgánů zodpovědných za tuto oblast. Tuto informaci nalezneme až v kapitole Transparentní řízení na straně 11. Otázkou vlastnictví a dalších finančních hodnot se v Profilu společnosti zabývá tabulka Ekonomické ukazatele [Mil. Kč], která však vykazuje hodnoty až ke konci roku 2008.

- **Geografického umístění nebo provozních změn;**

Geografické a provozní změny nejsou v Profilu ani ve zbývajících kapitolách Zprávy uvedeny.

- **Změn v akciové kapitálové struktuře a další kapitálové struktuře, údržby a úpravy provozu.**

Změny jak už v samotné kapitálové struktuře či údržbě nebo úpravě provozu ve Zprávě rovněž schází.

## **2.10 Ocenění získaná v průběhu vykazovaného období.**

Ocenění získaná v roce 2008 v Profilu společnosti nejsou uvedena, avšak tato uznání, certifikáty či osvědčení jsou uvedeny v samostatné kapitole Investujeme do našich zaměstnanců věnované sociální oblasti. V této kapitole je sdělení o tom, že 13. května 2008 společnost obdržela ocenění „Bezpečný podnik“ od Státního inspektorátu práce a dne 28. listopadu 2008 získaly ArcelorMittal Ostrava a Arcelormittal Tubular Products Ostrava osvědčení BS OHSAS 18001<sup>129</sup>, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 22):

*„Tato norma pro posuzování bezpečnosti práce a ochrany zdraví při práci (OHSAS) specifikuje požadavky na systém managementu BOZP tak, aby organizace mohly řídit svá rizika a zlepšovat svou výkonnost v této oblasti.“*

---

<sup>129</sup> Pokud hovoříme o zaměstnancích společnosti, pak řada z nich je nositeli nejvyšších ocenění za čestné dárcovství – Zlatá Jánského plaketa nebo Zlatý kříž a jeden ze sto jedna handicapovaných zaměstnanců dostal ocenění nejlepšího českého handicapovaného sportovce roku 1994.

### **3 Parametry zprávy**

Parametry zprávy se týkají profilu zprávy, jejího rozsahu a limitů/hranic, obsahového rejstříku GRI a externího ověření.

#### **PROFIL ZPRÁVY**

##### **3.1 Vykazované období, za něž jsou poskytovány informace.**

ArcelorMittal Ostrava, a. s. sestavila Zprávu, jak už její samotný název napovídá, za rok 2008. Tímto sledovaným obdobím je kalendářní rok.

##### **3.2 Datum předcházející zprávy, pokud existuje.**

Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 je prvním vydáním zprávy o udržitelném rozvoji.

##### **3.3 Cyklus vykazování.**

Cyklus vykazování Zprávy je roční. Pro zprávu o firemní odpovědnosti za rok 2009 se od ledna roku 2010 připravují podklady.

##### **3.4 Kontaktní bod pro dotazy týkající se zprávy nebo jejího obsahu.**

Odkaz na kontaktování CSR oddělení firmy pro dotazy týkající se Zprávy a také firemní odpovědnosti je umístěn na vnitřní straně přední vazby Zprávy – strana 1.

#### **ROZSAH A LIMITY/HRANICE ZPRÁVY**

Tento bod nelze v důsledku cíle této práce posuzovat.

#### **OBSAHOVÝ REJSTŘÍK GRI**

##### **3.12 Tabulka s uvedením místa, kde se ve zprávě nacházejí jednotlivé standardní vykazované údaje.**

Jelikož je Zpráva necertifikovaným dokumentem, nelze jej v důsledku cíle této práce posuzovat. Obsahová tabulka se ve Zprávě nachází na vnitřní straně přední vazby – strana 1 a uvádí čísla stran, které odkazují na umístění jednotlivých kapitol, jejichž informace nejsou standardními vykazovanými údaji.

Obr. 3.12 Obsah Zprávy<sup>130</sup>

OBSAH	
3.....	Profil ArcelorMittal
6.....	Úvodní slovo generálního ředitele
7.....	Výrobní program
9.....	Naše priority
11.....	Transparentní řízení
12.....	Vyrábíme trvale udržitelnou ocel
	Politika životního prostředí
18.....	Investujeme do našich zaměstnanců
	Zdravý a vzdělaný zaměstnanec
	Spolupráce s odborovými organizacemi
	Politika bezpečnosti práce
	Cesta k nulové úrazovosti
26.....	Obohacujeme místní komunitu

## EXTERNÍ OVĚŘENÍ

### 3.13 Metody a stávající praxe použité při zajišťování externího ověření kvality zveřejněné zprávy.

Po napsání zprávy by firma měla uvést, do jaké míry se při sestavování své zprávy řídila Reportingovým rámcem GRI. Může tak učinit pomocí tzv. Aplikačních úrovní GRI. Svou Aplikační úroveň vyhlásí sama firma, avšak kromě vlastního zhodnocení obsahu zprávy může vyzvat externí subjekt či GRI, aby zkontrolovali správnost uvedené Aplikační úrovně.<sup>131</sup>

Jelikož si ArcelorMittal Ostrava, a. s. nezvolila zavedení své Zprávy podle Reportingového rámce GRI v omezené (volba nepraktičtějších témat) ani plné míře, nelze tento bod porovnat a zhodnotit v rámci cíle této práce.

<sup>130</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. *Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008*, 1. vyd., 2009, s. 1.

<sup>131</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.



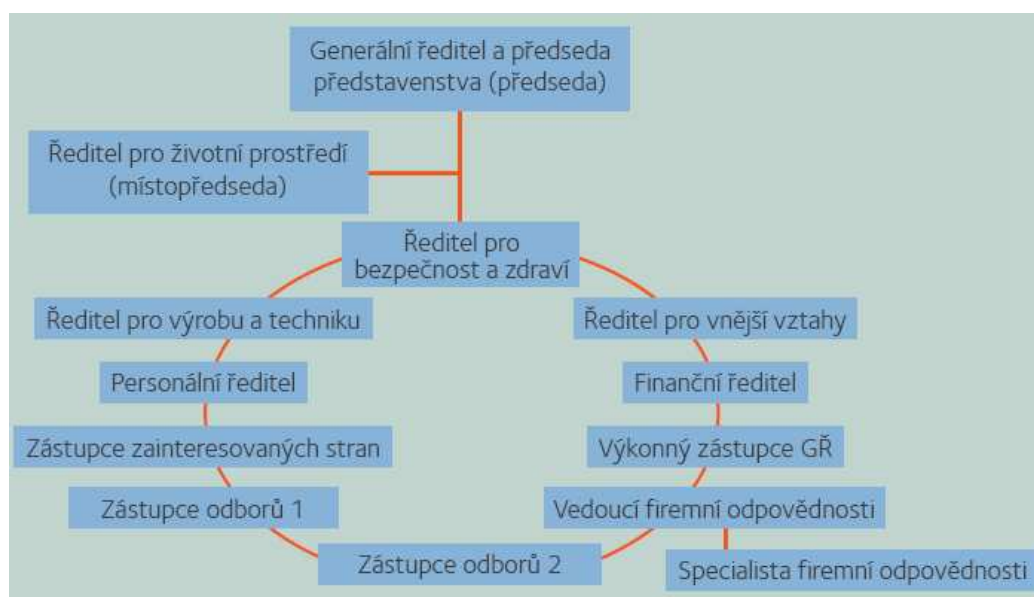
## 4 Struktura řízení, závazky k externím iniciativám a zapojení

### STRUKTURA PODNIKOVÉHO ŘÍZENÍ (GOVERNANCE)

#### 4.1 Struktura podnikového řízení organizace včetně výborů a komisí, které odpovídají za plnění konkrétních úkolů v hospodářské, sociální a ekologické oblasti.

Organizační struktura celé firmy ve Zprávě chybí. Na straně 11 v kapitole Transparentní řízení je znázorněno pouze schéma struktury Komise firemní odpovědnosti, která je zastoupena třinácti sestupnými pozicemi v čele s generálním ředitelem a předsedou představenstva, tudíž podléhá vrcholovému orgánu vedení společnosti. Jejím hlavním posláním je rozpracování základních vizí a cílů představenstva v oblasti firemní odpovědnosti do konkrétních úkolů pro jednotlivé oblasti.

Obr. 4.1 Komise firemní odpovědnosti<sup>132</sup>



#### 4.2 Uved'te, zda se předseda nejvyššího řídicího statutárního orgánu organizace podílí na výkonném řízení.

Samotný generální ředitel společnosti je rovněž předsedou představenstva.

<sup>132</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008, 1. vyd., 2009, s. 11.

**4.3 U organizací s unitární strukturou řízení uveďte počet členů tohoto orgánu, kteří jsou nezávislými členy nebo kteří se nepodílejí na výkonném řízení.**

Ve Zprávě jsem se dočetla o tom, že generální ředitel zastává funkci rovněž předsedy představenstva, viz také bod 4.2, avšak informace o tom, zda statutární orgán společnosti je zároveň výkonným orgánem, kolik má členů a kteří členové jsou nezávislí nebo se nepodílejí na výkonném řízení již není ve Zprávě specifikována.

**4.4 Mechanismy, jimiž akcionáři a zaměstnanci předávají doporučení nebo pokyny pro nejvyšší řídicí orgán.**

Tento bod není ve Zprávě konkrétně definován. Kapitola, jež se věnuje zaměstnancům, se nachází ve Zprávě na straně 18 s názvem Investujeme do našich zaměstnanců, avšak záležitosti vztahující se k tomuto bodu kapitola nevysvětluje.

**4.5 Vazba mezi odměňováním členů nejvyššího řídicího orgánu, vrcholových vedoucích a řídicích pracovníků a výkonnostními výsledky organizace.**

Systém odměňování nejvyššího řídicího orgánu, vrcholových vedoucích a řídicích pracovníků není ve Zprávě uveden. Na straně 21 v kapitole Investujeme do našich zaměstnanců je uveden seznam zaměstnaneckých výhod, které řadíme mezi dodatečné indikátory v kategorii Pracovní postupy a důstojné pracovní podmínky.

**4.6 Procesy sloužící nejvyššímu řídicímu orgánu k vyloučení střetu zájmů.**

Jakékoliv informace o nejvyšším řídicím orgánu, který se dostane do situace, ve které jsou jeho členové odpovědní dvěma nebo více různým organizacím či autoritám, jejichž požadavky na jejich chování se více či méně podstatným způsobem rozcházejí, nejsou ve Zprávě uvedeny.

**4.7 Proces, jímž se členům nejvyššího řídicího statutárního orgánu stanovují kvalifikační a odborné předpoklady pro metodické vedení strategie organizace v hospodářských, ekologických a sociálních otázkách.**

O procesu vymezeném tímto bodem se Zpráva nezmiňuje.

#### **4.8 Interní prohlášení o poslání organizace nebo o jejích hodnotách, vnitřní etické kodexy a zásady ekonomické, ekologické a sociální výkonnosti a stav jejich uplatňování.**

O poslání firmy a jejích hodnotách se dočteme v Profilu společnosti, kde se hovoří o mateřském koncernu, jeho hlavní úloze a základních hodnotách, citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 3):

*„Skupina ArcelorMittal je lídrem ocelářského průmyslu. Prostřednictvím svých základních hodnot, kterými je dlouhodobá udržitelnost, kvalita a vůdcovství, vyjadřuje odhodlání chovat se zodpovědně z hlediska bezpečnosti a ochrany zdraví svých zaměstnanců, dodavatelů a společenství, ve kterém působí.“*

V Profilu je rovněž věnován prostor ArcelorMittal Ostrava, a. s., citováno ze Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 5):

*„Je největší hutní firmou v České republice. Patří do skupiny ArcelorMittal, která je největší světovou ocelářskou společností. Patří mezi největší vývozce hutního materiálu z České republiky, největší investory v ČR, nejlepší...“*

Vnitřní etické kodexy a zásady nejsou ve Zprávě rozpracovány.

#### **4.9 Postupy, jimiž nejvyšší řídicí orgán kontroluje, jak organizace zajišťuje a řeší problémy výkonnosti v hospodářské, ekologické a sociální oblasti včetně příslušných rizik a příležitostí i jak plní či dodržuje mezinárodně dohodnuté standardy, kodexy jednání a dohodnuté zásady.**

Kontrola problémů výkonnosti v oblastech udržitelného rozvoje je svěřena do rukou Komise firemní odpovědnosti v čele s generálním ředitelem korporace. Tyto informace nalezneme na straně 11 v kapitole Transparentní řízení. Postup kontroly není ve Zprávě objasněn, stejně tak dodržování mezinárodně dohodnutých standardů, kodexů jednání a zásad.

#### **4.10 Procesy hodnocení vlastní výkonnosti nejvyššího řídicího orgánu, především pokud jde o výkonnost v hospodářské, ekologické a sociální oblasti.**

Tento bod pojím s bodem 1.1 a podbodem Názory na výkon organizace ve vztahu k jejím cílům, ve kterém generální ředitel sděluje názory u všech tématických okruhů.

## **ZÁVAZKY K EXTERNÍM INICIATIVÁM**

### **4.11 Vysvětlete, zda a jak organizace uplatňuje princip obezřetnosti<sup>133</sup>.**

V Profilu společnosti nalezneme vyjádření viceprezidenta pro Firemní odpovědnost skupiny ArcelorMittal, který hovoří o systému řízení rizik, více v bodě 1.2, v podbodě Stručný popis řídicích mechanismů, jejichž účelem je řídit rizika a příležitosti, a dále popis ostatních, pro organizaci významných hrozeb a příležitostí. Informace o výrobním programu korporace se dočteme na straně 7 v kapitole Výrobní program. V této kapitole se však o zavádění nových výrobků nehovoří.

### **4.12 Externě vypracované hospodářské, ekologické a sociální charty, soubory zásad a jiné iniciativy, ke kterým se organizace hlásí nebo s nimi souhlasí.**

Tento bod ve Zprávě zcela chybí.

### **4.13 Členství ve sdruženích (například odvětvových a odborových) a/nebo v národních či mezinárodních organizacích prosazujících specifické zájmy.**

Co se týče tohoto bodu, pak je ve Zprávě omezen akorát na informace týkající se členství korporace ve sdruženích. To, že korporace spolupracuje s odborovými organizacemi, se dočteme v kapitole Investujeme do našich zaměstnanců. V odborech je sdruženo 64 % zaměstnanců, přičemž kromě toho jsou jejich zástupci aktivními členy Evropské rady práce, citováno ze Zpráv o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 (2008, str. 21):

*„Konstruktivní dialog s odborovou organizací považuje ArcelorMittal Ostrava za základní podmínku plynulého chodu společnosti a její ekonomické prosperity. S odborovým svazem KOVO udržuje společnost mnoho let partnerský vztah jak na úrovni vedení, tak na úrovni jednotlivých základních organizací.“*

## **ZAPOJENÍ ZAJÍMAJÍCÍCH SUBJEKTŮ**

Tento bod týkající se všeobecného zapojení stakeholderů iniciovaných korporací v průběhu sledovaného období není ve Zprávě dostatečně vysvětlen. Zpráva sice podává přehled klíčových témat, které se věnují každé oblasti udržitelného rozvoje a tím pádem se zaměřují na určité skupiny stakeholderů, avšak pomíjí některé skutečnosti definované následujícími body.

---

<sup>133</sup> Odpověď na otázku v tomto bodě může popisovat přístup organizace k řízení rizik v provozním plánování nebo ve vývoji a zavádění nových výrobků.

#### **4.14 Seznam zainteresovaných skupin angažovaných ze strany vykazující organizace.**

Zpráva je rozdělena na několik kapitol, které se věnují strategickým oblastem CSR. Sociální oblasti je zaměřena na zaměstnance a místní komunitu, oblast životního prostředí má dopad na širokou veřejnost. Ekonomické oblasti ve Zprávě nevěnuje žádná kapitola, avšak určité ekonomické výsledky jsou uvedena v průběhu celé Zprávy, převážně však v Profilu společnosti. Z toho je zřejmé, že mezi zainteresované skupiny korporace tedy patří zaměstnanci a odborové organizace, místní komunita, veřejnost a akcionáři. Co se týče zákazníků, ty může upoutat kapitola Výrobní program, ve které je rovněž specifikován okruh zákazníků firmy. Dodavatelům a obchodním partnerům se ve Zprávě příliš nevěnuje pozornost.

Konkrétní vytvořený seznam těchto stakeholderů není ve Zprávě uveden.

#### **4.15 Základ pro identifikaci a volbu zainteresovaných skupin pro zapojení.**

Proces definování zainteresovaných skupin a rozhodování, s kterými z těchto skupin se má korporace spojit a s kterými nikoliv, není ve Zprávě uvedeno.

#### **4.16 Přístupy k zapojení zainteresovaných subjektů – formy zapojení a frekvence jejich využití podle jednotlivých skupin.**

Nelze v důsledku cíle této práce posuzovat.

#### **4.17 Hlavní témata a obavy vznesené zainteresovanými subjekty. Odpovědi dané organizace na tato hlavní témata a obavy, včetně odpovědí prostřednictvím zpracovaných zpráv a výkazů.**

Nelze v důsledku cíle této práce posuzovat.

### 5 Manažerský přístup a výkonnostní ukazatele/indikátory

Údaje o manažerském přístupu by měly poskytovat krátký přehled přístupu organizace k hlediskům popsaným pro každou kategorii ukazatelů. Takto organizace zasadí informace o výsledcích do kontextu. Organizace si může zvolit strukturu údajů o manažerském přístupu tak, aby pokrývala celý rozsah hledisek pro danou kategorii. Může však seskupit své odpovědi věnované jednotlivým hlediskům i jinak. Zveřejněné údaje by však měly odpovídat na všechna hlediska každé kategorie, bez ohledu na jejich formát nebo seskupení.<sup>134</sup>

Údaje o manažerském přístupu poskytují stručné informace s ohledem na ekonomická, environmentální a sociální hlediska. I když Zpráva nesplňuje přesnou strukturu směrnice GRI a mnoho údajů v ní zcela chybí, některé výkonnostní ukazatele a jejich stručný popis, jenž GRI předepisuje, zahrnuje. Otázka výkonnostních ukazatelů viz následující bod.

### Výkonnostní ukazatele/indikátory

---

Část věnovaná ukazatelům udržitelného rozvoje je v Pokynech rozčleněna do ekonomické/ hospodářské, environmentální/ekologické a společenské/sociální kategorie. Každá kategorie by měla obsahovat údaje o manažerském přístupu a odpovídající sady základních a dodatečných ukazatelů.

V následujícím textu uvedu pouze indikátory, pomocí kterých korporace ve Zprávě popsala svůj odpovědnostní výkon v podobě klasického textu, tabulky nebo grafu. Jelikož je Zpráva necertifikovaným dokumentem, lze těžko tyto indikátory posuzovat, jelikož jsou dle Protokolů ukazatelů **neúplné**, např. je uvedena celková hmotnost odpadu, ale už není rozdělena podle druhu a podle způsobu likvidace odpadu, či **nesrozumitelně vyjádřeny**, např. výsledky nejsou vykázány za rok 2008, ale shrnuty za několik po sobě jdoucích období. Přesto uvedu i takové, jenž splňují i částečný popis podle Protokolů ukazatelů a některé z nich doložím ukázkou ze Zprávy. Indikátory, které jsou pro potřeby mého zhodnocení bezpředmětné, se ve Zprávě nenacházejí nebo je nelze v důsledku cíle této práce posuzovat.

---

<sup>134</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.

# 1 Ekonomika

Ekonomický rozměr udržitelného rozvoje se zabývá dopady aktivit organizace na ekonomické podmínky stakeholderů a na ekonomické systémy lokální, národní i celosvětové úrovně. Ukazatelé výkonu v této oblasti se týkají ekonomických výsledků, přítomnosti/pozici na trhu a nepřímými ekonomickými dopady a vlivy.<sup>135</sup>

Ekonomické oblasti se ve Zprávě nevěnuje žádná kapitola, avšak určité ekonomické ukazatele nalezneme v průběhu celé Zprávy, převážně však v Profilu společnosti, ve kterém je umístěna stejnojmenná tabulka. Ve Zprávě je potřeba lépe upřesnit cíle korporace pro činnosti, které se dotýkají Ekonomických hledisek a taktéž uvést stručnou, celopodnikově platnou politiku či koncepci, která dokumentuje celkový závazek korporace respektovat ekonomická hlediska nebo odkaz na tento dokument na internetové stránky. Tyto skutečnosti ve Zprávě chybí.

## HLEDISKO: EKONOMICKÉ VÝSLEDKY

✓**EC1** Získaná a rozdělená přímá ekonomická hodnota, která zahrnuje tržby, provozní náklady, mzdy a platy, dary místním společenstvím a jiné investice v obcích, nerozdělený zisk, platby poskytovatelům kapitálu a platby státu.

Tab. 1 Ekonomické ukazatele<sup>136</sup>

Ekonomické ukazatele	Mil. Kč
Celkové tržby	47 169
EBITDA	8 390
EBIT/Provozní hospodářský výsledek	6 064
Hrubé investice (nárůst majetku)	2 745
Konečný stav zaměstnanců	7 460
Průměrný stav zaměstnanců	7 498
Daň splatná + odložená	3 265
Dary	28
Fixní náklady	5 716
Aktiva	67 470
Vlastní kapitál	52 883
Ostatní pasiva	14 587

<sup>135</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.

<sup>136</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. *Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008*, 1. vyd., 2009, s. 5.

- ✓ **EC2** Finanční důsledky a další rizika i možné příležitosti, které pro aktivity organizace vyplývají v důsledku klimatických změn.

#### **HLEDISKO: NEPŘÍMÉ EKONOMICKÉ DOPADY A VLIVY**

- ✓ **EC8** Vývoj a dopad infrastrukturních investic a služeb zajišťovaných především v obecně prospěšném zájmu – zapojení do komerčních aktivit, příspěvky v naturáliích, bezplatně poskytované služby.

## **2 Životní prostředí/ekologie**

Environmentální rozměr udržitelného rozvoje se zabývá dopady aktivit organizace na živé a neživé přírodní systémy, včetně ekosystémů, země, vzduchu a vody<sup>137</sup>.

Oblastí životního prostředí se ve Zprávě věnuje kapitola Vyrábíme trvale udržitelnou ocel od strany 12. V této kapitole nalezneme cíle korporace pro činnosti, které se dotýkají Environmentálních hledisek a celopodnikově platnou Environmentální politiku ArcelorMittal. Je zde dále uvedena nejvyšší manažerská pozice s provozní odpovědností za environmentální hlediska, tato pozice je zastoupena ředitelem pro životní prostředí. Ve Zprávě se rovněž nacházejí informace o certifikátech dokadujících systémy certifikace v této oblasti.

#### **HLEDISKO: ENERGIE**

Pokud hovoříme o energii, pak nelze přesně určit, zda se jedná o spotřebu přímou – má přímý vliv na provozní náklady a působí výkyvy v dodávce energie a v cenách, nebo nepřímou – tu firma používá nepřímo prostřednictvím nákupu elektřiny, tepla nebo páry. V rámci mého zhodnocení uvádím tedy oba indikátory pro hledisko Energie.

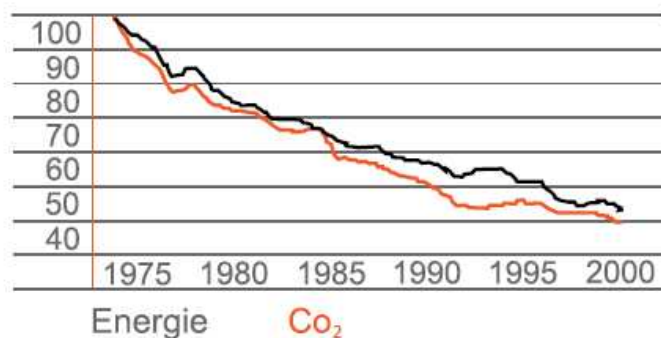
- ✓ **EN3** Přímá spotřeba energií podle primárního energetického zdroje.
- ✓ **EN4** Nepřímá spotřeba energií podle primárního energetického zdroje.

---

<sup>137</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.



**Graf 2 I. Spotřeba energie a emise CO<sub>2</sub> na tunu hotového výrobku v ocelářském průmyslu EU (1975-2000)<sup>138</sup>**



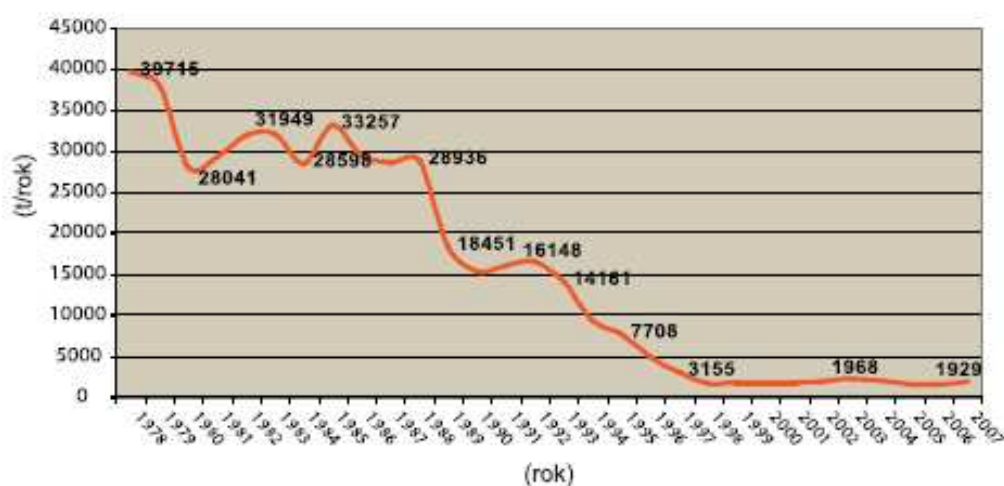
#### **HLEDISKO: VODA**

- ✓ **EN8** Celkový odběr vody podle zdrojů.
- ✓ **EN9** Vodní zdroje významně ovlivněné odběrem vody.
- ✓ **EN10** Percentuální podíl a celkový objem recyklované a znovu použité vody.

#### **HLEDISKO: EMISE, ODPADNÍ VODY A ODPADY**

- ✓ **EN16** Celkové přímé a nepřímé emise skleníkových plynů – podle hmotnosti.
- ✓ **EN18** Iniciativy zaměřené na snižování emisí CO<sub>2</sub> a skutečně dosažená snížení.
- ✓ **EN20** Nox, SO<sub>x</sub> a jiné významné vzdušné emise – podle druhu a hmotnosti.

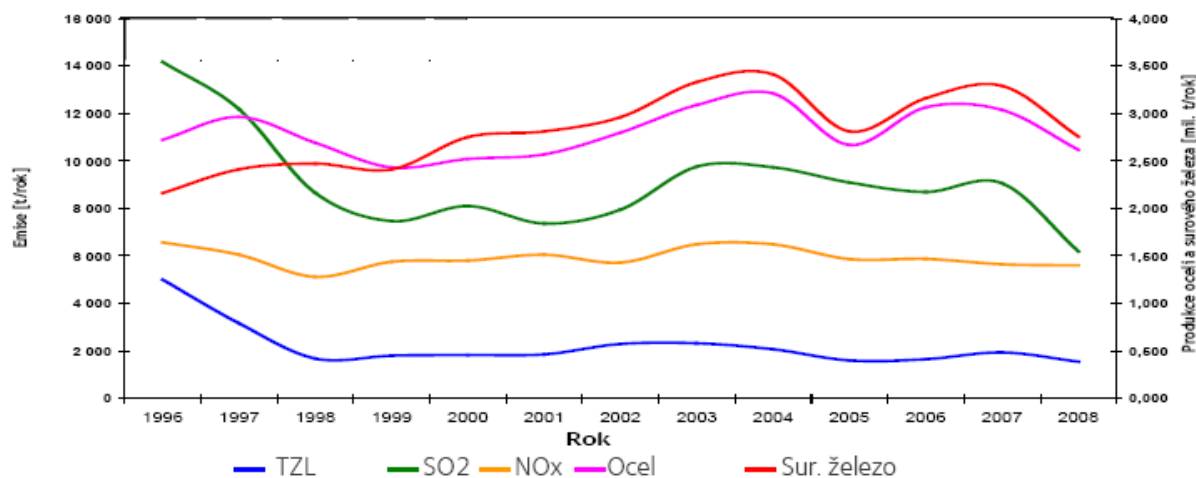
**Graf 2 II. Vývoj tuhých emisí<sup>139</sup>**



<sup>138</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008, 1. vyd., 2009, s. 14.

<sup>139</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008, 1. vyd., 2009, s. 12.

Graf 2 III. Vývoj emisí TZL, SO<sub>2</sub> a NO<sub>x</sub> v letech 1996-2009<sup>140</sup>



- ✓ **EN21** Celkové množství vypuštěných odpadních vod – podle kvality a místa vypouštění.
- ✓ **EN22** Celková hmotnost odpadů podle druhů a podle způsobu likvidace.
- ✓ **EN30** Celkový objem nákladů a investic v oblasti ochrany životního prostředí – dle druhu.

## Společenské ukazatele

### Pracovní postupy a důstojné pracovní podmínky

Ukazatelé výkonu této oblasti rozebírají otázky zaměstnávání, vztahů mezi zaměstnanci a vedením, BOZP, vzdělávání, tréninků, diverzity a rovných příležitostí<sup>141</sup>.

Této oblasti se ve Zprávě věnuje kapitola Investujeme do našich zaměstnanců od strany 19. V této kapitole nalezneme cíle korporace pro činnosti, které se dotýkají Pracovních hledisek, ty by však měly být propojeny na mezinárodně uznávané všeobecné standardy. Dále se zde nachází celopodnikově platná Politika bezpečnosti a zdraví při práci a rovněž informace o certifikátech v této oblasti. Není zde uvedena nejvyšší manažerská pozice s provozní odpovědností za pracovní hlediska.

<sup>140</sup> ARCELORMITTAL OSTRAVA. *Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008*, 1. vyd., 2009, s. 13.

<sup>141</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.

## **HLEDISKO: ZAMĚSTNÁVÁNÍ**

- ✓**LA1** Celkový počet zaměstnanců podle typu pracovního poměru, pracovních smluv a regionů.
- ✓**LA3** Výhody poskytované zaměstnancům na plný úvazek, které se neposkytují zaměstnancům na zkrácený úvazek nebo v přechodném pracovním poměru – podle hlavních provozů.

## **HLEDISKO: BEZPEČNOST A OCHRANA ZDRAVÍ NA PRACOVÍŠTI**

- ✓**LA7** Hodnoty úrazovosti, nemocnosti, zameškaných dnů a absencí a celkový počet smrtelných pracovních úrazů podle regionů.
- ✓**LA8** Programy vzdělávání, školení, poradenství, prevence a zvládání rizik se zaměřením na pomoc zaměstnancům, jejich rodinám nebo příslušníkům místních komunit v otázkách závažných chorob.

## **Lidská práva**

Ukazatelé výkonu v této oblasti se zabývají úrovní školení ve věcech lidských práv, diskriminace, svobody sdružování, zaměstnávání dětí, práv původních obyvatel a nucené nebo povinné práci<sup>142</sup>.

Této oblasti se ve Zprávě nevěnuje velká pozornost. Na straně 20 v kapitole Investujeme do našich zaměstnanců je odstavec s názvem Jednáme fair-play, kde se hovoří o dodržování základních lidských práv a je zde uvedeno pár zásad, ke kterým se korporace ve svém firemním kodexu zavazuje. Na toto téma by měl být kladen větší důraz. Měly by být lépe vyzdvihnuty cíle, které se dotýkají hlediska lidských práv včetně jejich napojení na mezinárodní deklarace a standardy v této oblasti, měla by být uvedena nejvyšší manažerská pozice s provozní odpovědností z hlediska lidských práv, pokud tato ve firmě existuje, a také tréninky a školení by měly být zaměřeny na zvyšování povědomí zaměstnanců o této oblasti. Všechny tyto skutečnosti ve Zprávě chybí. Z této oblasti jsem ve Zprávě nenašla žádné indikátory definované v rámci Protokolů ukazatelů.

---

<sup>142</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.

## Společnost

Ukazatelé výsledků v této oblasti se zaměřují na dopady aktivit reportující organizace na komunitu, v jejichž rámci organizace funguje<sup>143</sup>.

Této oblasti se ve Zprávě věnuje kapitola Obohacujeme místní komunitu od strany 26. V této kapitole nalezneme cíl korporace přispět k rozvoji silné a trvale udržitelné místní společnosti. Pokud má korporace vytvořenou celopodnikově platnou politiku či koncepci, která dokumentuje závazek korporace respektovat společenská hlediska nebo je umístěna na internetových stránkách, pak by měla být uvedena ve Zprávě v podobě textu nebo jako internetový odkaz. Z této oblasti jsem rovněž ve Zprávě nenašla žádné indikátory definované v rámci Protokolů ukazatelů.

## Odpovědnost za produkty

Ukazatele odpovědnosti za výrobky se zaměřují na výrobky a služby produkované reportující organizací a přímo ovlivňující zákazníky. Konkrétně se zaměřují na zdravotní a bezpečnostní parametry, poskytované informace o výrobcích i službách a jejich označení, na marketing a ochranu soukromí zákazníků.<sup>144</sup>

Určité informace týkající se této oblasti nalezneme v kapitole Výrobní program od strany 7. V této kapitole chybí definované cíle, které se dotýkají hledisek odpovědnosti za produkty, dále politika či koncepce, pokud je korporací vytvořena a přijata, dokumentující celkový závazek organizace respektovat hlediska odpovědnosti za produkty nebo odkaz na tento dokument na internetové stránky. Rovněž chybí informace o nejvyšší manažerské pozici odpovědné z hlediska odpovědnosti za produkty a procedury vztahující se k tréninkům zaměstnanců o těchto hlediscích.

### HLEDISKO: OZNAČENÍ VÝROBKŮ A SLUŽEB

✓ **PR3** Typy požadovaných informací o produktech a službách a procentuální podíl významných produktů a služeb, jichž se tyto informace týkají.

<sup>143</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.

<sup>144</sup> GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.

## 4 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 vypovídá o aktivní politice korporace ve vztahu k zaměstnancům, místní komunitě a životnímu prostředí. Tyto informace jsou však v některých případech nesrozumitelné a dle směrnice nedostačující. Smyslem směrnice GRI je především transparentnost, která je zajímavá pro celou řadu zainteresovaných skupin a v důsledku toho by v budoucnosti měla být korporace v těchto otázkách otevřenější. Pominu-li ostatní údaje, například oblast životního prostředí, které se korporace ve Zprávě věnuje nejintenzivněji, jedná se především o oblast ekonomickou, která nesplňuje takový ekonomický rozměr udržitelného rozvoje, jak GRI předepisuje. Rovněž výkony korporace v otázce lidských práv a místní komunity dle specifikace výkonnostních ukazatelů zcela chybí. Body, jenž jsou pro potřeby mého zhodnocení bezpředmětné, se ve Zprávě nenacházejí nebo je nelze v důsledku cíle této práce posuzovat.

Pokud se ArcelorMittal Ostrava, a. s. při sestavování zprávy o udržitelném rozvoji bude v budoucnosti řídit směrnicí GRI, může tak učinit v plné míře již od úplného začátku. Doporučuji však začít s reportingem nejdosažitelnějších a nejúčelnějších témat a s postupem času do zprávy zasazovat další klíčová témata. Korporace by se měla vyvarovat chyb, kterých se dopustila při svém prvním reportování a v důsledku kterých, v rámci realizace stanoveného cíle diplomové práce, firmě ArcelorMittal Ostrava, a. s. zásadně doporučuji:

- uvádět aktivity, vlivy a události v období, ve kterém k nim skutečně došlo,
- udržovat strukturu zprávy neměnnou v čase,
- popisovat kromě pozitivních také negativní výsledky firmy, a tím umožnit vyhodnocení jejího celkového výkonu,
- rozhodnout, jaké organizační jednotky a jejich výsledky budou ve zprávě zahrnuty a tyto výsledky uvést do širšího kontextu (transparentnost),
- zveřejňovat čísla v jejich absolutní (př. v tunách odpadů) i relativní, tj. normalizované, hodnotě (př. množství odpadu přepočtené na výrobek) a umožnit analytické srovnání,
- držet se struktury předepsané směrnicí GRI, vyvarovat se nesrozumitelnosti a neúplnosti ve vykazování informací,
- reportovat v přesných intervalech přesné a detailní informace.

Komplexní přehled obsahu Zprávy zhodnocený dle směrnice GRI shrnuje následující tabulka.

Tab. 4 Komplexní přehled obsahu Zprávy zhodnocený dle směrnice GRI<sup>145</sup>

REPORTINGOVÝ RÁMEC GRI			ZPRÁVA O UDRŽITELNÉM ROZVOJI
Pokyny pro Sustainability Reporting			Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008
1	Zásady reportingu Pokyny pro reporting		Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
2	Běžně zveřejňované informace	Strategie a analýza	1
			1.1
			Strana: 6 Chybí celková vize, téma ekonomické oblasti, hlavní cíle ve středně dlouhém a dlouhém období. Mimoto strana: 2, 9, 10, 12, 25
			1.2
			Chybí. Mimoto strana: 2, 3, 6, 10, 12-17, 19, 23, 25, 27 Chybí popis nejdůležitějších rizik vyplývajících z trendů udržitelného rozvoje. Není dostatečně objasněn systém řízení rizik. Chybí popis střednědobých cílů a tabulka shrnující cíle.
		Profil organizace	2
			2.1
			Strana: 3
			2.2
			Strana: 3, 5, 7
			2.3
			Strana: 5, 11 Není dostatečně propracována provozní struktura firmy. Měla by být zobrazena celá provozní struktura včetně hlavních divizí, provozních sítí, dceřiných společností, popř. společných podniků.
			2.4
			Strana: 1
			2.5
			Strana: 3, 5 Chybí jména zemí, ve kterých firma provozuje svou činnost.
			2.6
			Strana: 5
			2.7
			Strana: 3, 5
			2.8
			Strana: 5 Některé body nezabíhají do uvedených detailů.
			2.9
			Strana: 11 Chybí informace o geografických a provozních změnách, změny v akciové kapitálové struktuře, změny údržby a úpravy provozu.
			2.10
			Strana: 22

REPORTINGOVÝ RÁMEC GRI		ZPRÁVA O UDRŽITELNÉM ROZVOJI	
Pokyny pro Sustainability Reporting		Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008	
2	Běžně zveřejňované informace	Parametry zprávy	3
		3.1	Strana: 6
		3.2	Strana: 6
		3.3	Strana: 6
		3.4	Strana: 1
		3.5	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		3.6	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		3.7	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		3.8	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		3.9	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		3.10	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		3.11	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		3.12	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		3.13	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		Struktura řízení, závazky, zapojení	4
		4.1	Strana: 11 Chybí organizační struktura celé firmy.
		4.2	Strana: 6
		4.3	Chybí.
		4.4	Chybí.
		4.5	Chybí.
		4.6	Chybí.
		4.7	Chybí.
		4.8	Strana: 3, 5 Chybí vnitřní etické kodexy.
		4.9	Strana: 11 Chybí postup kontroly nejvyšším řídicím orgánem v otázce zajištění problémů výkonnosti v oblastech udržitelného rozvoje, stejně tak dodržování mezinárodně dohodnutých standardů, kodexů jednání a zásad.
		4.10	Strana: 6
		4.11	Strana: 3, 12-17 Není dostatečně objasněn systém řízení rizik. Nehovoří se o zavádění nových výrobků.
		4.12	Chybí.
		4.13	Strana 21 Omezeno pouze na členství v odborových organizacích.

REPORTINGOVÝ RÁMEC GRI			ZPRÁVA O UDRŽITELNÉM ROZVOJI	
Pokyny pro Sustainability Reporting			Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008	
2	Běžně zveřejňované informace		4.14	Chybí. Mimoto strana: 5, 7, 12, 18, 25
			4.15	Chybí.
			4.16	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
			4.17	Nelze v důsledku cíle DP posuzovat.
		MANAŽERSKÝ PŘÍSTUP A VÝKONNOSTNÍ UKAZATELE	5	Poskytuje stručné informace s ohledem na ekonomická, environmentální a sociální hlediska v průběhu celé Zprávy. Indikátory jsou dle Protokolů ukazatelů neúplné či nesrozumitelně vyjádřeny.
		Ekonomika	EC1	Strana: 5
			EC2	Strana: 12, 14
			EC8	Strana: 12, 13, 15, 17, 22, 25
		Životní prostředí/ekologie	EN3	Strana: 14
			EN4	Strana: 14
			EN8	Strana: 15
			EN9	Strana: 15
			EN10	Strana: 15
			EN16	Strana: 14
			EN18	Strana: 14
			EN20	Strana: 12, 13
			EN21	Strana: 15
			EN22	Strana: 16
			EN30	Strana: 12-17
		Pracovní postupy a důstojné pracovní podmínky	LA1	Strana: 5
			LA3	Strana: 21
			LA7	Strana: 6, 23
			LA8	Strana: 23
		Lidská práva		Chybí.
		Společnost		Chybí.
		Odpovědnost za produkty	PR3	Strana: 7

<sup>145</sup> Návrhy a doporučení. Komplexní přehled obsahu Zprávy zhodnocený dle směrnice GRI. Vlastní zpracování.



## 5 ZÁVĚR

Oficiálním tématem diplomové práce je Společenská odpovědnost firmy. Přesto, že je toto téma stále častěji diskutováno již několik let téměř na celém světě, není veřejnosti dostatečně známé. Výzkumy dokazují, že společensky odpovědné chování je firmami v České republice uplatňováno daleko méně, než v některých státech světa. Firmy v České republice mají příležitost budovat svou dobrou pověst chováním, které je například v USA či Velké Británii považováno za naprostou samozřejmost a svou pověst tam riskuje ten, kdo si to neuvědomuje. Mezi další státy aktivně uplatňující tyto principy patří např. Německo, Finsko či Nizozemí, ale i mnoho dalších, které v práci uvádím. Obecně platí, že je tento pojem více známý převážně středně velkým a velkým firmám, firmám s podstatným vlivem na trhu než firmám malým. Není však výjimkou, že v současné době si i malé firmy uvědomují přínosy společensky odpovědného chování.

V diplomové práci jsem se zaměřila na komunikaci v oblasti společenské odpovědnosti firem, konkrétně na zprávu o udržitelném rozvoji, která je pro komunikaci CSR aktivit ta nejzásadnější. Právě v České republice vydává zprávy vykazující svou činnost v oblasti CSR méně než 20 % společností. Mezi tyto se řadí ArcelorMittal Ostrava, a. s., která si je vědoma, jak je proces předávání informací o vlastní CSR politice zainteresovaným stranám důležitý, a proto se počátkem roku 2009 rozhodla tyto informace prezentovat prostřednictvím svého prvního necertifikovaného dokumentu o udržitelném rozvoji, jenž pojmenovala jako Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008.

Jako cíl diplomové práce jsem si zvolila komparaci této Zprávy s Reportingovým rámcem GRI, konkrétně s jeho českou verzí, která byla do češtiny přeložena pod názvem Pokyny pro Sustainability Reporting, za použití metodiky pozorování a následného hodnocení sekundárních dat, a návrh řešení případných problémů či nedostatků.

Po celkovém zhodnocení obsahové stránky Zprávy o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 a směrnice GRI, jsem dospěla k závěru, že i když je Zpráva necertifikovaným dokumentem, nesplňuje přesnou strukturu směrnice a mnoho údajů v ní zcela chybí, určité body a podbody, jenž GRI předepisuje, zahrnuje. Na co jsem již v průběhu práce upozornila je to, že tyto body jsou buď neúplné, jsou v textu nesprávně umístěny nebo jsou rozptýleny v jiných kapitolách než směrnice předepisuje. Tyto skutečnosti komplikovaly realizovatelnost cíle, který jsem si stanovila a byly jen stěží k posouzení.

I přesto jsem se vyjádřila ke každému bodu předepsaného směrnici GRI, a pokud to bylo možné, doložila je buď ukázkou textu nebo odpovídajícím grafem či tabulkou ze Zprávy. Konkrétní situace, která v případě obtížného posouzení informací ze Zprávy a jednotlivých bodů směrnice, stojí za zmínku, je část věnovaná ukazatelům udržitelného rozvoje. Indikátory, pomocí kterých korporace ve Zprávě popsala svůj odpovědnostní výkon jsou buď neúplné či nesrozumitelně vyjádřeny, což jsem společně s Pokyny pro Sustainability Reporting také kontrolovala s Protokoly ukazatelů, které blíže definují výkonnostní ukazatele. Velkým nedostatkem je v tomto případě také to, že většina výsledků činností reportující korporace není vykázána za rok 2008, ale shrnuta za několik po sobě jdoucích období, což zkresluje výsledek činností korporace ve sledovaném období a nedostatky tohoto typu pak snižují vypovídající schopnost u jinak obsahově dobré zprávy. Pokud korporace hodlá v budoucnu zveřejnit zprávu, která má být v souladu se směrnici GRI, je povinna držet se uvedených indikátorů, popřípadě zdůvodnit, proč některé z nich vynechala.

Co se týče samotné přípravy zprávy o udržitelném rozvoji, nemohla jsem rovněž zhodnotit, jak si ArcelorMittal Ostrava, a. s. počínala při svém reportingu, jelikož některé body v Pokynech pro Sustainability Reporting vyžadují, aby firma uvedla, jak postupovala při sběru dat potřebných pro sestavení reportu a s ním spojenými okolnostmi, které firma musí dopředu zvážit. Určité body se tudíž v tomto případě staly bezpředmětné a v důsledku cíle této práce jsem je nemohla posoudit. Jednalo se převážně o první část Pokynů pro Sustainability Reporting, která popisuje Zásady a Pokyny pro stanovení obsahu zprávy, zajištění kvality publikovaných informací a stanovení limitů/hranic zprávy o udržitelném rozvoji.

S přihlédnutím k tomu, že necertifikovaná Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008 je prvním vydáním zprávy o udržitelném rozvoji, je na závěr potřeba bezesporu přiznat, že se korporace opravdu snažila poskytnout přiměřený obraz o výkonu korporace v oblasti udržitelného rozvoje, i když ne v takovém rozsahu a kvalitě jak Reportingový rámec GRI předepisuje. Pokud se ArcelorMittal Ostrava, a. s. při sestavování zprávy o udržitelném rozvoji bude v budoucnosti řídit poměrně vysokými nároky směrnice GRI, měla by jejím prostřednictvím umožnit komplexnější pohled na korporaci jako celek, v důsledku čehož povede manažery a zaměstnance k jinému než hospodářskému pohledu na podnik, popřípadě podnítí inovace. Průběh sestavování zprávy pak rovněž prohloubí dialog se zainteresovanými skupinami a poskytne důležité informace budoucím investorům.

# SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

## KNIHY

1. CARROLL, A. B. Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*. 1999, vol. 38, no. 3, p. 268-295, překlad Blažek, Doležalová, Klapalová.
2. DEMIRAG, I. *Corporate Social Responsibility, Accountability and Governance: Global Perspectives*. Sheffield: Greenleaf Publishing, 2005. 378 p. ISBN 1-874819-56-X.
3. FRANC, P.; NEZHYBA, J.; HEYDENREICH, C. *Když se bere společenská odpovědnost vážně*. 1. vyd. Brno: Ekologický právní servis, 2006. 72 s. ISBN 80-86544-08-7.
4. KOLEKTIV AUTORŮ. *Napříč společenskou odpovědností firem*. 1. vyd. Kladno: AISIS, 2005. 163 s. ISBN 80-239-6111-X.
5. KRYMLÁKOVÁ, H. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009. 250 s. ISBN 978-80-248-2092-7.
6. PETŘÍKOVÁ, R. *Jakost a lidský faktor*. 1. vyd. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2008. 104 s. ISBN 978-80-248-1735-4.
7. PETŘÍKOVÁ, R. *Společenská odpovědnost organizací*. 1. vyd. Ostrava: Dům techniky, 2008. 184 s. ISBN 978-80-02-02099-8.
8. PRSKAVCOVÁ, M. Společenská odpovědnost firem: zahraniční zkušenosti. In *Nová teorie ekonomiky a managementu organizací*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2008. ISBN 978-80-245-1408-6.
9. PRSKAVCOVÁ, M.; MARŠÍKOVÁ, K.; ŘEHOŘOVÁ, P.; ZBRÁNKOVÁ, M. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008. 162 s. ISBN 978-80-7372-436-8.

## TIŠTĚNÁ PERIODIKA

10. ARS. Globální společenská odpovědnost. *CorporAID: Magazín*, 1.vyd., srpen 2008, s. 4.
11. KPMG. Lidé a kapitál, bezpečnost dat. *Horizonty: Čtvrtletník pro top management*, březen 2009, s. 38 – 41.

12. KPMG. Společenská zodpovědnost firem na vzestupu. *Horizonty: Čtvrtletník pro top management*, červenec 2007, s. 26.
13. ARCELORMITTAL OSTRAVA. Naše cesta k bezpečné a udržitelné oceli. *Odpovědný partner: Časopis*, 1. vyd., podzim 2008, s. 2 – 11.
14. ARCELORMITTAL OSTRAVA. *Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008*, 1. vyd., 2009, 29 s.

#### ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE

15. GRI. *Aplikační úrovně GRI* [online]. 2000-2006, 4 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/BBBDEFDB-096D-492C-BD D6-D0BDCECF629F/2365/G3\\_AL\\_application\\_levels\\_rev4\\_ceskynalito1.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/BBBDEFDB-096D-492C-BD D6-D0BDCECF629F/2365/G3_AL_application_levels_rev4_ceskynalito1.pdf)>.
16. GRI. *Pokyny pro Sustainability Reporting* [online]. 2000-2006, 47 s. [cit. 2010-28-01]. Dostupný z WWW: <[http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3\\_Guidelines\\_nalitytextcesky.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/A492A397-3933-4E7E-895E-9C4B48C4FD44/0/G3_Guidelines_nalitytextcesky.pdf)>.
17. JEŘÁBKOVÁ, V; HARTL, J. *Společenská odpovědnost firem* [online]. AISIS, 2003, s. 36 – 39 [cit. 2010-01-29]. Dostupný z WWW: <[http://www.sof.cz/download%5C781\\_03\\_aisis%20bro%9Eura%20sof.pdf](http://www.sof.cz/download%5C781_03_aisis%20bro%9Eura%20sof.pdf)>.
18. KOLEKTIV AUTORŮ. *Společenská odpovědnost firem: Průvodce nejen pro malé a střední podniky* [online]. 2008, s. 17 [cit. 2009-10-20]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz](http://www.blf.cz)>.
19. KPMG. *International Survey of Corporate Responsibility Reporting* [online]. 2005 [cit. 2009-11-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.kpmg.cz>>.
20. KPMG. *Společenská odpovědnost: Klíč k podnikatelskému úspěchu* [online]. 19.11.2008 [cit. 2009-11-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.kpmg.cz>>.
21. PUTNOVÁ, A. *Etika podnikání ve společnosti 2009* [online]. 12.11.2009 [cit. 2009-12-15]. Dostupný z WWW: <[http://www.rotary.cz/blob.php/11+Etika+a+spole%C4%8Densk%C3%A1+odpov%C4%Bdnost+firem\\_Doc\\_+Putnov%C3%A1.pdf?story\\_soubory=209](http://www.rotary.cz/blob.php/11+Etika+a+spole%C4%8Densk%C3%A1+odpov%C4%Bdnost+firem_Doc_+Putnov%C3%A1.pdf?story_soubory=209)>.
22. STEINEROVÁ, M. *Koncept CSR v praxi: Průvodce odpovědným podnikáním* [online]. Praha: ASPRA, a. s. a 94 minutes, s. r. o., 2008, s. 4 – 32 [cit. 2009-11-23]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz/doc/brozura\\_CSR\\_web\\_CZ.pdf](http://www.blf.cz/doc/brozura_CSR_web_CZ.pdf)>.
23. TRNKOVÁ, J. *Rovné příležitosti jako součást společenské odpovědnosti firem* [online]. 2006, s. 4 [cit. 2009-11-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.blf.cz/publikace.htm>>.

24. TRNKOVÁ, J. *Společenská odpovědnost firem, kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR* [online]. 1. vyd. Praha: Business Leaders Forum, 2004, s. 7 – 28 [cit. 2009-10-20]. Dostupný z WWW: <[www.blf.cz/publikace.htm](http://www.blf.cz/publikace.htm)>.
25. VAVŘÍK, J. *Společenská odpovědnost firem: Metody „měření“ CSR* [online]. 2009, s. 18 – 20 [cit. 2010-01-05]. Dostupný z WWW: <[http://www.npj.cz/tmce/CSR\\_OS\\_prezentace/2009-csr-kvalita-vavrik.pdf](http://www.npj.cz/tmce/CSR_OS_prezentace/2009-csr-kvalita-vavrik.pdf)>.

#### INTERNETOVÉ ČLÁNKY

26. ČT24. Lesy ČR dotovaly koncert pro smetánku nebo vycpaného kozorožce [online]. 20.12.2009 [cit. 2009-12-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.ct24.cz/domaci/75919-lesy-cr-dotovaly-koncert-pro-smetanku-nebo-vycpaneho-kozorozce/>>.
27. ČT24. Výkvět české filantropie [online]. 11.11.2009 [cit. 2009-12-04]. Dostupný z WWW: <[http://www.ct24.cz/gallerywindow.php?at\\_id=72206&mm\\_id=122945](http://www.ct24.cz/gallerywindow.php?at_id=72206&mm_id=122945)>.
28. HEJL, M. CSR jako součást komunikace a strategie firmy [online]. [cit. 2010-01-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.amic.cz/csr-odpovednost/dopis.html>>.
29. HORÁČEK, V. Kam až dosáhne CSR [online]. [cit. 2009-10-23]. Dostupný z WWW: <<http://www.vlastnicesta.cz/akademie/socialni-odpovednost/kam-az-dosahne-corporate-social-responsibilitycsr/>>.
30. KUBÁLKOVÁ, P. Sociální nebo marketing? [online]. 30.9.2007. [cit. 2009-11-10]. Dostupný z WWW: <<http://zpravodaj.feminismus.cz/clanek.shtml?x=2043761&als%5Bnm%5D=2044443>>.
31. Odpad a třídění odpadů [online]. 14.7.2009 [cit. 2009-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.sumavanet.cz/mukt/fr.asp?tab=mukt&id=3535&burl=>>>.
32. Příprava mezinárodní normy ISO 26000 [online]. 26.7.2006 [cit. 2010-01-05]. Dostupný z WWW: <[domino.cni.cz/NP/](http://domino.cni.cz/NP/)>.

#### INTERNETOVÉ STRÁNKY

33. URL: <<http://www.arcelormittal.com>>
34. URL: <<http://www.arcelormittal.cz>>
35. URL: <<http://www.arsczech.org>>
36. URL: <<http://www.blf.cz>>
37. URL: <<http://www.canik.cz>>

38. URL: <<http://www.ct24.cz>>
39. URL: <<http://www.csr-online.cz>>
40. URL: <<http://www.csreurope.org>>
41. URL: <<http://www.globalreporting.org>>
42. URL: <<http://www.kpmg.cz>>
43. URL: <<http://www.neziskovsky.cz>>
44. URL: <[www.npj.cz](http://www.npj.cz)>
45. URL: <<http://www.sof.cz>>
46. URL: <<http://www.vlastnicesta.cz>>
47. URL: <<http://www.zpravodaj.feminismus.cz>>

## SEZNAM ZKRATEK

a. s.	akciová společnost
AA	Accountability/Assurance Standard
BOZP	bezpečnost a ochrana zdraví při práci
BSC	Balanced Scorecard
CAF	The Common Assessment Framework
CERES	Coalition for Environmentally Responsible Economies
CSR	Corporate Social Responsibility
ČR	Česká republika
ČSN	česká technická norma
EFQM	European Foundation for Quality Management
EMAS	The EU Eco-Management and Audit Scheme
EU	Evropská unie
GRI	Global Reporting Initiative
HAACP	Hazard Analysis and Critical Control Points
HR	Human Resources
IIP	Investors In People
ILO	International Labour Organization
ISO	International Organization for Standardization
NHKG	národní podnik Klementa Gotwalda
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development
OHSAS	Occupational Health and Safety Assessment Specification
OSN	Organizace spojených národů
PR	Public Relations
SA	Social Accountability
SAN Ltd.	Social Audit Network Limited
TZL	tuhé znečišťující látky
UK	United Kingdom
UNEP	United Nations Environment Programme
USA	United States of America
VERI SEAAR	Verification Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting
WCED	Western Cape Education Department

# PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně ke své vnitřní potřebě diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 30. dubna 2010

.....  
Bc. Andrea Krupová

Adresa trvalého pobytu studenta:

J. Herolda 1557/12

700 30 Ostrava 3



# **PŘÍLOHY**

**Příloha 1**      Zpráva o firemní odpovědnosti společnosti za rok 2008

**Příloha 2**      Pokyny pro Sustainability Reporting